

**GRADO: DOBLE GRADO DE ADMINISTRACIÓN Y  
DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y DERECHO**

**Año Académico 2023/2024**

---

# **Análisis del Turismo Deportivo a través del Caso Behobia-San Sebastián**

---

AUTORA: ELENA PARADA PALOMARES

DIRECTORA: LUCÍA SÁEZ VEGAS

Bilbao, a 21 de junio de 2024



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>5</b>
<b>1.1. Resumen</b> .....	5
<b>1.2. Objetivos</b> .....	6
<b>1.3. Metodología</b> .....	7
<b>1.4. Estructura</b> .....	7
<b>2. TURISMO DEPORTIVO</b> .....	<b>8</b>
<b>2.1. Interrelación entre Turismo y Deporte</b> .....	8
<b>2.2. Aproximación al concepto de turismo deportivo</b> .....	9
2.2.1. Turismo .....	9
2.2.2. Deporte.....	13
2.2.3. Turismo Deportivo .....	16
<b>2.3. Tipología de Turismo Deportivo</b> .....	20
<b>2.4. Tipología de Eventos Deportivos</b> .....	24
<b>2.5. Perfil del Turista Deportivo</b> .....	27
<b>2.6. Incentivos y políticas españolas en el ámbito del turismo deportivo</b> .....	31
2.6.1. Apoyo financiero e incentivos.....	32
2.6.2. Turismo deportivo sostenible .....	33
2.6.3. Colaboración con autoridades locales y regionales.....	33
2.6.4. Desarrollo de infraestructuras .....	34
<b>3. BEHOBIA- SAN SEBASTIÁN</b> .....	<b>34</b>
<b>3.1. Historia de la Behobia - San Sebastián</b> .....	34
<b>3.2. Organización de la Behobia - San Sebastián: Club Deportivo Fortuna</b> .....	36
<b>3.3. Clasificación de la Behobia - San Sebastián en base a la Literatura Científica</b> .....	37
<b>3.4. Perfil del turista deportivo en la Behobia - San Sebastián</b> .....	47
<b>3.5. Impacto de la Behobia - San Sebastián como Evento Deportivo</b> .....	49
<b>4. CONCLUSIONES</b> .....	<b>54</b>
<b>5. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>56</b>
<b>6. ANEXO</b> .....	<b>64</b>

## ÍNDICE DE IMÁGENES/ FOTOS

Imagen 1. Cronología de la Behobia - San Sebastián.....	35
Imagen 2. Recorrido de la Behobia- San Sebastián.....	36
Imagen 3. Modalidades deportivas practicadas en Gipuzkoa.....	46
Imagen 4: precio de alquiler vacacional la semana de celebración de la Behobia - San Sebastian.....	51

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Los 10 destinos más turísticos según el número de viajeros internacionales 2019-2022 (expresado en millones) .....	12
Tabla 2. Personas que practican deporte semanalmente, por características personales	16
Tabla 3. Definiciones de Turismo Deportivo .....	17
Tabla 4. Tipología de turismo deportivo en atención a los elementos de la naturaleza .	21
Tabla 5. Tipología de turismo deportivo en atención a la oferta y la demanda.....	23
Tabla 6. Tipología de eventos deportivos.....	26
Tabla 7. Gasto total realizado por los turistas residentes en España, según el deporte..	30
Tabla 8. Personas inscritas en la Behobia - San Sebastián.....	41
Tabla 9. Personas que practicaron carrera a pie, running y marcha en 2022, por Comunidad Autónoma (en porcentaje) .....	44
Tabla 10. Personas que practican deporte anualmente según las modalidades deportivas por Territorio Histórico .....	44

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Organización del turismo deportivo en atención a la implicación del viajero en la actividad.....	18
Gráfico 2. Vacaciones deportivas VS. Deporte en vacaciones .....	19
Gráfico 3. Tipos de turista y turismo deportivo según González (2018) .....	27
Gráfico 4. Factores que afectan al turista deportivo.....	28
Gráfico 5. Turistas deportivos internacionales que viajaron a España entre 2019 y 2022 .....	29
Gráfico 6. Turistas deportivos residentes en España que viajaron a destinos españoles entre 2020 y 2022 .....	29
Gráfico 7. Transporte usado por los turistas deportivos para desplazarse al maratón de Valencia.....	31
Gráfico 8. Iniciativas del gobierno español para impulsar el turismo deportivo.....	32
Gráfico 9. Competiciones de atletismo en pista .....	38
Gráfico 10. Porcentaje de personas (de 15 años o más) que practicaron ejercicio físico en España en 2022 por Comunidad Autónoma .....	43

## Resumen

El turismo deportivo, como modalidad de actividad turística ha prosperado significativamente en las dos primeras décadas del siglo XXI, pues este sector no ha sido ajeno a la globalización, los cambios en las actividades de ocio y en la conciencia social y la preocupación por la salud y la estética. En este sentido, el turismo deportivo, a través, entre otras posibilidades, de la celebración de un gran evento deportivo, ofrece una oportunidad única para posicionar a la localidad de celebración del mismo en este sector y tener un significativo impacto económico, cultural, social y medioambiental. Así, el objetivo principal de este Trabajo de Fin de Grado (TFG) es analizar el turismo deportivo y su impacto en el territorio utilizando el evento deportivo Behobia-San Sebastián como caso de estudio.

***Palabras clave: turismo, deporte, turismo deportivo, evento deportivo, carrera popular, Behobia-San Sebastián.***

## Laburpena

Kirol-turismoak, turismo-jardueraren modalitate gisa, nabarmen egin du aurrera XXI.mendeko lehen bi hamarkadetan; izan ere, globalizazioak, aisialdiko jardueren aldaketak, gizartearen kontzientziaren bultzapenak, osasuna eta estetikarekiko kezka eragina izan dute arrakasta honetan. Horren harira, kirol-turismoak, adibidez, ekitaldi handien bidez, aukera paregabea eskaintzen dio ospatzen den lekuari sektore horretan nabarmentzeko eta ekonomia-, kultura-, gizarte- eta ingurumenean eragin positiboa lortzeko. Beraz, GRAL honen helburua kirol-turismoa eta honek lurraldean dituen ondorioak aztertzea da. Kasu praktikoa gisa, Behobia- San Sebastián aukeratu dugu.

***Hitz gakoak: turismoa, kirola, kirol-turismoa, kirol-ekitaldia, herri-lasterketa, Behobia San Sebastia.***

## Abstract

Sports tourism, as a form of tourism activity, has prospered significantly in the first two decades of the 21<sup>st</sup> century, since this sector, as others, has been affected by globalization, changes in leisure activities, social awareness and concern for health and personal aesthetics. In this sense, sports tourism, through, among other possibilities, celebrating major sporting events, offers a unique opportunity to position the locality where the event takes place, improves its image as a traveling destination and has a significant economic, cultural, social and environmental impact. Therefore, the objective of this FDP is to analyze sports tourism and its impact on the territory. As a practical case study, we have selected the Behobia-San Sebastian race.

***Key words: tourism, sport, sports tourism, sport events, popular race, Behobia San Sebastian.***

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Resumen

La actividad turística ha tenido un crecimiento sin precedentes en las dos primeras décadas del siglo XXI, pasando de 680 millones de turistas internacionales en el año 2000 a los más de 1.400 millones de turistas internacionales en 2019, datos previos a la pandemia. En el año 2023, los datos reflejaron una recuperación del 90% de turistas internacionales llegando a los 1.300 millones (OMT, 2023), y se espera alcanzar los datos previos a la pandemia en 2024 según la Organización Mundial del Turismo (OMT, en adelante), actual ONU Turismo (OMT, 2024). Este hecho convierte al turismo en uno de los motores de crecimiento económico en sectores como la hostelería, el transporte o el comercio. A nivel nacional, la actividad turística supone aproximadamente el 13% del PIB, siendo España el segundo país del mundo, después de Francia, que más turistas recibió en el año 2023.

No obstante, las necesidades y prioridades del turista han variado con el tiempo, y, surgen nuevas tipologías de turismo. En este sentido, los cambios en las actividades de ocio y tiempo libre, en los valores y conciencia social, y la preocupación por la salud, el bienestar, e incluso la estética personal, han contribuido al aumento tanto de la actividad deportiva como del turismo, y, por ende, del turismo deportivo.

Muestra de la popularidad que ha ganado esta tipología emergente del turismo en las dos últimas décadas son, por un lado, la Primera Conferencia Mundial sobre Turismo y Deporte, celebrada en 2001 por el Comité Olímpico Internacional, órgano encargado de promover los Juegos Olímpicos, y la OMT (actual ONU Turismo), y, por otro lado, el Primer Congreso Mundial de Turismo Deportivo, organizado por ONU Turismo y la Agencia Catalana de Turismo y celebrado en 2021. En ambos se analizaron cuestiones esenciales para el desarrollo del turismo deportivo.

En el año 2022 viajaron a España 1,02 millones de turistas internacionales por motivos, principalmente, deportivos. En cuanto al ámbito nacional, 3,34 millones de personas viajaron por el país para asistir y/o participar en algún evento deportivo. Independientemente de su procedencia, la gran mayoría de estos turistas deportivos se alojaron en hoteles y su duración del viaje fue, aproximadamente, de 3 días.

Es necesario señalar que, este tipo de turismo, no solamente tiene en cuenta al deportista que viaja con el objetivo principal de practicar deporte, sino también a aquel que viaja en calidad de espectador. En este sentido, los eventos deportivos se presentan como una modalidad de turismo deportivo que son una atracción en sí mismos, y que, además, producen un impacto en la economía del territorio anfitrión, mejoran la proyección y la imagen del lugar de celebración.

El presente TFG tiene como objetivo analizar el turismo deportivo utilizando el evento deportivo Behobia-San Sebastián como caso de estudio. Entendemos que, la carrera Behobia-San Sebastián, además de un evento deportivo de relevancia, ejerce también un impacto económico, social, de proyección e imagen, así como medioambiental para el territorio que lo acoge.

En cuanto al impacto económico, este evento en su última edición atrajo a miles de corredores (más de 29.600 inscripciones). Estos y sus acompañantes generan un notable aumento en la demanda de servicios turísticos, incluyendo hospedaje, restauración y transporte los días previos y/o posteriores al evento. Los hoteles y alojamientos experimentan altos niveles de ocupación, mientras que los restaurantes, bares y comercios locales registran un incremento en sus ventas debido a la afluencia de visitantes. En el ámbito social, la Behobia-San Sebastián fomenta la participación ciudadana y el voluntariado, creando un sentido de comunidad y pertenencia. Desde un enfoque de proyección e imagen, la Behobia-San Sebastián posiciona al territorio donde se celebra en el mapa del turismo deportivo. La cobertura mediática y la presencia de corredores nacionales e internacionales contribuyen a la promoción e imagen de la provincia de Gipuzkoa en general, y de la ciudad de San Sebastián en particular, como un destino turístico atractivo y de referencia capaz de organizar y acoger eventos deportivos de calidad. Y, finalmente, en cuanto al impacto medioambiental la Behobia- San Sebastián apuesta por tomar medidas para minimizar este impacto.

## **1.2. Objetivos**

El objetivo principal de este trabajo es analizar el turismo deportivo y su impacto en el territorio utilizando el evento deportivo Behobia-San Sebastián como caso de estudio. Para la consecución de este objetivo principal planteamos los siguientes objetivos secundarios:

1. Comprender los conceptos de turismo, deporte y turismo deportivo.
2. Analizar la tipología de turismo deportivo, así como de eventos deportivos.
3. Estudiar el perfil del turista deportivo.
4. Analizar los incentivos que el Estado ofrece en el ámbito del turismo deportivo.
5. Analizar el evento deportivo Behobia - San Sebastián y su impacto en el territorio.

### **1.3. Metodología**

Para la realización del presente Trabajo Final de Grado, la metodología utilizada ha sido la analítico sintética. Inicialmente, se ha realizado un análisis bibliográfico sobre el tema, a través de diversas fuentes, como libros, artículos académicos, estudios, informes y datos estadísticos. Este análisis nos ha permitido sintetizar y presentar un marco teórico que respalda el planteamiento del objetivo principal del presente TFG. Una vez completado, se ha llevado a cabo un profundo y exhaustivo proceso de investigación y obtención de información, con el fin de analizar el impacto que el evento deportivo Behobia - San Sebastián tiene en el territorio que lo acoge.

### **1.4. Estructura**

El presente Trabajo de Fin de Grado está estructurado en seis capítulos claramente diferenciados:

1. El primer capítulo, presenta un pequeño resumen del tema, los objetivos planteados, la metodología seguida para la consecución de dichos objetivos y finalmente, la estructura desarrollada.
2. El segundo capítulo, presenta el marco teórico, donde se investigan los orígenes de la relación entre turismo y deporte, la evolución de ambos conceptos y del turismo deportivo, la tipología de turismo deportivo, así como de eventos deportivos, etc.
3. El tercer capítulo, presenta el análisis del evento deportivo Behobia - San Sebastián.
4. La cuarta parte, presenta las principales conclusiones derivadas del propio desarrollo del TFG.
5. La quinta parte presenta la bibliografía consultada para la realización del TFG.
6. Finalmente, la sexta parte añade la transcripción de la entrevista realizada al director ejecutivo del Club Deportivo Fortuna encargado de organizar este evento.

## 2. TURISMO DEPORTIVO

### 2.1. Interrelación entre Turismo y Deporte

La relación existente entre el deporte y el turismo tiene raíces históricas profundas que se remontan a civilizaciones antiguas donde distintos eventos deportivos eran parte integral de la cultura y la sociedad de la época. Por ejemplo, en la antigua Grecia, los Juegos Olímpicos (en adelante JJ. OO) celebrados por primera vez en el siglo VIII a.C., del 776 a.C. hasta el 394 d.C, no solo eran una competición deportiva, sino también un evento social y económico que atraía a personas de toda Grecia, así como de otros puntos del continente, convirtiendo a la ciudad de Olimpia en un destino de referencia (Ibáñez, 2011).

En un contexto más actual, los JJ. OO son considerados un mega evento deportivo. Esta consideración es debida, por un lado, a su escala, alcance y relevancia global y, por otro lado, al gran número de atletas, espectadores, tanto presenciales como no presenciales, turistas y visitantes, así como medios de comunicación que atraen de todo el mundo.

Todo ello, convierte a los JJ. OO en un fenómeno cultural, social y económico de gran magnitud, con un impacto significativo en el sector turístico (Jiménez, 2023), que contribuye, además, a posicionar y a promover la imagen del país y de la ciudad donde se celebran los JJ. OO como destino turístico (de la Torre y Muñiz, 2013).

A finales del año 1999, el Comité Olímpico Internacional (en adelante COI), encargado de promover los JJ. OO y de actuar como mediador entre las distintas candidaturas a ser sede de los JJ. OO<sup>1</sup>, y la OMT (actualmente ONU Turismo), suscribieron un acuerdo de cooperación en el que ambas instituciones señalaban la importancia de la relación entre el turismo y el deporte. Este pacto marcó el inicio de una coordinación de esfuerzos entre ambos organismos internacionales, con el objetivo de aumentar y mejorar los vínculos entre la actividad deportiva y la turística.

En el año 2001, la OMT, actualmente conocida bajo el nombre ONU Turismo, organización internacional de la ONU dedicada a este sector, y el COI, celebraron la Primera Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo en Barcelona. Más allá del número de participantes, esta conferencia fue relevante porque estas dos instituciones

---

<sup>1</sup>COI. (s.f.). International Olympic Committee. <https://olympics.com/ioc/overview>

líderes en turismo (OMT- ONU Turismo) y deporte (COI), le otorgaron una identidad distinta al turismo deportivo, consolidándolo como una disciplina emergente (Latiesa y Paniza, 2006). Este evento actuó, además, como precedente de siguientes eventos entre ONU Turismo y distintos organismos deportivos.

Actualmente la interconexión entre turismo y deporte es indiscutible. En 2021 se celebró el Primer Congreso Mundial de Turismo Deportivo en la localidad catalana de Lloret de Mar. Este Congreso fue organizado por ONU Turismo y la Agencia Catalana de Turismo (ACT), agencia afiliada a la primera, y en el mismo se analizó el papel del deporte para la recuperación turística y su contribución a la Agenda 2030<sup>2</sup>. Expertos y académicos destacados en turismo deportivo analizaron las tendencias presentes y futuras del sector, resaltando el papel fundamental del deporte en la promoción de un turismo más sostenible e inclusivo, así como en la reactivación del mismo tras la pandemia mundial provocada por la COVID 19; pandemia que causó estragos especialmente en el sector turístico, debido a las medidas restrictivas de movilidad geográfica que se implantaron (Agencia Catalana de Turismo; 2022).

En 2023 se celebró en Zadar, República de Croacia, el segundo Congreso Mundial de Turismo Deportivo bajo el lema “*Turismo y deporte, unidos por la sostenibilidad*”. En este Congreso se analizó el impacto económico del turismo deportivo, su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (en adelante ODS) desde las perspectivas ambiental, social y económica, las claves para promover un destino a través de la organización de eventos deportivos, así como los patrocinios<sup>3</sup>. Y todo ello, con el objetivo de fomentar el turismo deportivo sostenible en constante crecimiento.

## **2.2. Aproximación al concepto de turismo deportivo**

### **2.2.1. Turismo**

El turismo es una actividad que ha sido estudiada y analizada desde múltiples perspectivas: economía, ecología, psicología, geografía, sociología, historia, estadística, derecho y ciencias políticas y administrativas (Requena y Muñoz, 2006).

---

<sup>2</sup> <https://www.unwto.org/es/news/el-primer-congreso-mundial-de-turismo-deportivo-el-papel-del-deporte-para-la-recuperacion-turistica-y-su-contribucion-a-la-agenda-2030>

<sup>3</sup> <https://www.unwto.org/es/event/2-congreso-mundial-turismo-deporte>

Ramírez (2006), plantea el turismo tanto desde la perspectiva del turista, es decir, desde la demanda turística como desde la perspectiva del destino, es decir, la oferta turística.

Desde la demanda, este autor define el turismo como el desplazamiento intencional y temporal de personas fuera de su entorno habitual, ya sea por motivos de ocio, recreación, negocios u otros fines, con la finalidad de satisfacer una necesidad específica o experimentar nuevas experiencias. Estos desplazamientos pueden ser dentro del mismo país (turismo interno) como entre países (turismo internacional). Señala, además, que la demanda turística puede variar según factores económicos, sociales, culturales y personales. Esta demanda turística estaría formada por turistas, viajeros y visitantes con diferentes características sociodemográficas, distintas motivaciones y en búsqueda de distintas experiencias.

Desde la oferta, define el turismo como la provisión de productos y servicios destinados a satisfacer las necesidades y deseos de los turistas durante su estancia en un destino específico. Esta definición implica una visión amplia que abarca tanto los recursos y servicios proporcionados por el sector privado como por el sector público.

En relación al sector público, el enfoque se pone en garantizar un entorno favorable para la actividad turística, gestionando los recursos tangibles (infraestructuras, patrimonio, recursos naturales, etc.) como intangibles (historia, cultura, identidad, imagen, etc.) de manera sostenible y promoviendo políticas que impulsen el crecimiento y la competitividad del sector.

En relación al sector privado, el enfoque radica en gestionar una amplia gama de productos y servicios turísticos que van desde alojamientos (hoteles, hostales, casas de alquiler vacacional) y transporte (aéreo, terrestre, marítimo) hasta actividades recreativas, gastronomía, compras y entretenimiento (Benseny, 2006). Así pues, el sector privado opera en un entorno competitivo y busca satisfacer necesidades y preferencias de los turistas, ofreciendo productos y servicios de calidad, innovadores y diferenciados que le permitan obtener beneficios.

ONU Turismo, encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, en su glosario de términos de turismo define este como: *“un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de*

*negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico*”<sup>4</sup> (ONU Turismo<sup>(a)</sup>, s.f.). En base a esta definición, parece quedar atrás la concepción excluyente de décadas anteriores que apartaba las actividades profesionales y remuneradas como actividades turísticas. Además, esta misma definición precisa que se puede entender por viajero tanto a los turistas, cuando el viaje incluye pernoctar, como a los visitantes o excursionistas, si el viaje es de día, otorgando a la definición de turismo mayor amplitud y flexibilidad.

Fuentes (2016), define el turismo como aquella actividad cuyo objetivo principal es explorar y conocer un lugar distinto al de residencia habitual y que engloba otras actividades que permiten alcanzarlo, como los servicios hoteleros, gastronómicos, de transporte, etc. Actividad que, además, ha experimentado una transformación profunda tanto desde la demanda como desde la oferta, con cambios constantes en destinos, transporte y alojamiento, así como en la tipología y motivaciones de los turistas.

A nivel internacional, la actividad turística ha tenido un crecimiento sin precedentes en las dos primeras décadas del siglo XXI, pasando de 680 millones de turistas internacionales en el año 2000 a los más de 1.400 millones de turistas internacionales en 2019, datos previos a la pandemia. En el año 2023, los datos reflejaron una recuperación del 90% de turistas internacionales llegando a los 1.300 millones (OMT, 2023<sup>5</sup>), y se espera alcanzar los datos previos a la pandemia en 2024 según la OMT, actual ONU Turismo (OMT, 2024).

A nivel nacional, es evidente la importancia del turismo en la economía, ya que supone aproximadamente el 13% del PIB nacional<sup>6</sup>. En 2023 España fue el segundo país del mundo, después de Francia, que más turistas recibió en el año<sup>7</sup>, alcanzando el récord de 85.169.050 turistas procedentes de otros países, si bien en años anteriores ya mostraba datos reseñables en relación con su posición entre los países más turísticos (ver tabla 1). Esto tiene un impacto directo en el crecimiento económico y en la generación de empleo en distintos sectores, como la hostelería, el transporte, el comercio, etc. (Secretaría General del Ministerio de Industria, energía y turismo; 2012).

---

<sup>4</sup> <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

<sup>5</sup> Actual ONU Turismo

<sup>6</sup> <https://www.exceltur.org/pib-turistico-espanol/>

<sup>7</sup> <https://datosmacro.expansion.com/comercio/turismo-internacional/espana>

Tabla 1. Los 10 destinos más turísticos según el número de viajeros internacionales  
2019-2022 (expresado en millones)

País	Nº de viajeros internacionales en 2019	Nº de viajeros internacionales en 2020	Nº de viajeros internacionales en 2021	Nº de viajeros internacionales en 2022
Francia	90,91	41,7	-	79,4
<b>España</b>	83,51	-	31,18	71,66
EEUU	79,44	19,21	22,28	50,87
China	65,73	7,97	5,66	-
México	45,02	24,82	31,86	38,33
Italia	64,51	25,19	26,89	49,94
Tailandia	39,92	-	0,43	11,07
Turquía	51,19	15,89	29,93	50,45
Reino Unido	39,42	10,71	6,29	30,74
Alemania	39,56	12,45	11,69	28,46

Fuente: elaboración propia a partir de ONU Turismo<sup>8</sup>

Hay que señalar que la sede de ONU Turismo<sup>9</sup>, agencia de la que España es miembro fundador, tiene su sede en Madrid desde su creación en 1975. Desde 2003 y gracias al impulso ejercido por España, entre otros países, ONU Turismo entró a formar parte de la familia de Naciones Unidas como agencia especializada, lo que le permitió erigirse como la principal institución internacional en el campo del turismo<sup>10</sup>. Además, está previsto que la nueva sede de ONU Turismo abra sus puertas en Madrid el próximo 2025. Las prioridades de este organismo internacional seguirán siendo promover el turismo para el desarrollo sostenible en consonancia con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y sus 17 ODS (ONU Turismo<sup>(b)</sup>, s.f.).

Estas prioridades en las que se centra ONU Turismo confrontan una de las principales preocupaciones actuales, consecuencia, entre otras, del aumento de la demanda del turismo, su sostenibilidad y el daño medioambiental que provoca. Para Gómez y Martín (2019), el turismo genera pérdidas de la biodiversidad, contaminación acústica, contaminación de las aguas y del aire, y, en definitiva, repercute en el cambio climático.

<sup>8</sup>En la presente tabla, además de encontrar a España entre los 10 destinos más turísticos, llegando incluso a posicionarse el segundo en 2022, también es posible observar el impacto que el COVID-19 tuvo en este sector y su rápida recuperación en cada país en 2022.

<sup>9</sup>ONU Turismo cuenta con 160 estados miembros y cientos de afiliados del sector privado y tiene su sede en Madrid.

<sup>10</sup><https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria-turismo/paginas/2024/220224-hereu-onu-turismo.aspx>

En España, en particular, debido a la elevada tasa de turismo que esta presenta, existe un aumento de sobreexplotación de recursos, por ejemplo, de agua<sup>11</sup> y una pérdida de naturalidad, propiciada por la construcción de viviendas, establecimientos y/o lugares de hospedaje (Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico, 2020).

Por ello, en España, en consonancia con los objetivos de dicha institución, se ha trazado una “*Estrategia de sostenibilidad turística en destinos*”, plan que pone el enfoque en promover un turismo sostenible, a través de medidas como la protección legislativa de espacios naturales, el aumento de la eficiencia energética y la desestacionalización, de manera que el interés hacia las localidades turísticas españolas se mantenga estable a lo largo de todo el año (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2021).

### 2.2.2. Deporte

La Real Academia Española (RAE), define el deporte desde dos perspectivas. La primera es la perspectiva competitiva, en la que el deporte es la actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas. Esta perspectiva incluye el deporte profesional, el deporte asociado, el universitario y el deporte olímpico (Ruiz, Muñoz y Mesa, 2010). La segunda es la perspectiva recreativa en la que el deporte es una actividad que supone recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico, por lo común al aire libre. No obstante, no son las únicas acepciones con las que se puede relacionar el deporte, ya que autores como Mujica, (2022), entienden que la práctica de deporte trasciende también a un nivel espiritual y filosófico, si bien este podría quedar incluido dentro del ámbito recreativo.

De igual manera, autores como Jafari, (2001) distinguen entre deporte recreativo, entendiendo este como aquellas actividades físicas que otorgan a quien las lleva a cabo diversas experiencias y deporte académico, como aquellas actividades físicas que implican obligaciones profesionales retribuidas.

Siguiendo esta misma línea, el Consejo de Europa (2021), definió el deporte como: “*todas las maneras de actividad física que, a través de una participación organizada o casual, tiene como objetivo mantener o mejorar la aptitud física y el bienestar mental, generando*

---

<sup>11</sup>El 70% de los visitantes que seleccionan España como destino turístico se concentran en localidades con escasez de este recurso natural. Esta afección resulta evidente especialmente en zonas como la parte de Andalucía no mediterránea y los archipiélagos (Ministerio para la transición ecológica y el reto demográfico, 2020).

*relaciones sociales y obteniendo resultados en competiciones a todos los niveles*”<sup>12</sup>.

Desde esta perspectiva, el deporte, en todas sus expresiones y manifestaciones, actúa como factor de motivación que atrae a una gran cantidad de seguidores que acuden a eventos deportivos tanto a nivel local, regional, nacional o internacional, y ya sea como espectadores o como participantes.

Britapaz-Avarez y Díaz (2015), señalan que al plantear una definición del concepto deporte, supone hacerlo desde una perspectiva amplia y flexible que resalte sus dos componentes principales, quien lo realiza y su entorno social. Así, definen el deporte como una actividad humana lúdica, física e intelectual, de naturaleza competitiva y regida por normativas e instituciones, que puede practicarse con propósitos recreativos o competitivos.

En cuanto a la tipología del deporte, Martos-Fernández (2003) señala lo siguiente:

- **Deporte-competición.** Su objetivo principal es el rendimiento, el resultado y la consecución de logros que se pueden obtener al vencer al adversario o superarse a uno mismo. Dentro de esta clasificación se incluye el deporte practicado por un grupo selecto de deportistas, conocido como deporte de élite. Por otro lado, están aquellos que participan en competiciones deportivas reguladas a niveles medio y bajo, con un propósito fundamental de rendimiento y un enfoque lúdico evidente.
- **Deporte-espectáculo.** Se lleva a cabo con el propósito de entretener al público, donde cada vez más se ven involucrados los intereses comerciales y los medios de comunicación.
- **Deporte-educación.** Su principal objetivo es promover el desarrollo integral del individuo, fortaleciendo sus valores, al mismo tiempo que actúa como un elemento crucial de socialización.
- **Deporte-salud.** La idea de buscar un estado de bienestar físico, mental y social que resulte en la adopción de hábitos saludables y mejora de la calidad de vida es fundamental en esta visión del deporte.
- **Deporte-recreación.** Se practica por placer y entretenimiento, sin ningún objetivo de competir o vencer a un oponente.

---

<sup>12</sup>Consejo de Europa (2021). *Revised European Sport Charter*. <https://rm.coe.int/revised-european-sports-charter-web-a6/1680a7534b>

- **Deporte-integración social.** La participación en actividades deportivas puede promover la integración al convertir el entorno deportivo en un lugar de encuentro social.

Este mismo autor señala que la actividad deportiva añade valor a la oferta turística de un destino al diversificar la oferta, pues supone atraer nuevos turistas, romper con la estacionalidad, y contribuye a incrementar los ingresos turísticos. Además, subraya que la relación entre deporte y turismo ha adquirido una importancia significativa, pues cada vez es mayor el número de personas que en sus viajes optan por realizar alguna actividad física deportiva, o bien, participar en el deporte de forma pasiva (espectadores) asistiendo algún evento deportivo.

En cuanto a la práctica deportiva se refiere, el quinto Eurobarómetro<sup>13</sup> de la Comisión Europea dedicado al deporte y la actividad física muestra que el 38% de la población europea práctica alguna actividad deportiva o hace ejercicio físico al menos una vez a la semana y el 17% menos de una vez por semana.

A nivel nacional, la Encuesta de Hábitos Deportivos en España<sup>14</sup> señala que en 2022 aproximadamente 6 de cada 10 personas de 15 años en adelante practicó deporte, ya sea de forma periódica u ocasional, cifra que representa un incremento de 3,8 puntos porcentuales respecto a 2015, etapa pre-COVID-19<sup>15</sup>. Esta misma encuesta revela que las modalidades deportivas más practicadas por la población en el último año son: senderismo y montañismo (30,8%), ciclismo (28,4%), la gimnasia intensa (28%), la natación (27,2%), la gimnasia suave (26,4%), la carrera a pie, running o marcha (19%), la musculación y halterofilia (17%), el pádel (15,8%), el fútbol (22,6%), el baloncesto (9,7%) y el tenis (8%).

El Ministerio de Cultura y Deporte también elaboró un Anuario de Estadísticas deportivas en 2023, con el objetivo de determinar cuál es la situación del sector deportivo en España y su evolución en los últimos años. El mismo revela que semanalmente, practican más deporte los hombres respecto de las mujeres, las personas entre los 15 y los 24 años y aquellas cuyo nivel de estudios se corresponde a la educación superior o equivalentes.

---

<sup>13</sup> <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2668>

<sup>14</sup> Pertenece al Plan Estadístico Nacional y es desarrollada por el Ministerio junto al Consejo Superior de Deportes. Además, cuenta con la colaboración del Instituto Nacional de Estadística.

<sup>15</sup> <https://www.educacionfpydeportes.gob.es/dam/jcr:3138e6b3-a377-460c-9874-81b57c0fed4e/sintesis-de-indicadores-estadisticos-deportivos-2023.pdf>

La Tabla 2 muestra el aumento de práctica deportiva semanal de todos los colectivos en 2022, en comparación con 2010, a pesar de que disminuyera ligeramente en comparación con 2020, debido probablemente a los cambios de vida que sufrió la población mundial debido a la Pandemia de Covid-19 (Observatorio Fundación España Activa, Centro de Estudios del Deporte; 2020).

Tabla 2. Personas que practican deporte semanalmente, por características personales

<b>Año</b>				
	2010	2015	2020	2022
Total <sup>16</sup>	37,0	46,2	54,8	52,5
<b>Sexo</b>				
Hombres	45,4	50,4	59,6	57,5
Mujeres	28,8	42,2	50,2	47,7
<b>Edad</b>				
15-24 años	57,9	76,1	73,6	77,8
25- 54 años	40,2	53,2	62,7	61,0
≥ 55 años	22,2	26,0	38,5	34,0
<b>Nivel de estudios</b>				
Educación primaria, secundaria	33,2	39,4	48,0	44,1
Educación superior o equivalente	54,9	64,1	68,4	68,00

Fuente: Observatorio Fundación España Activa, Centro de Estudios del Deporte (2020)

Tras una aproximación tanto al concepto de turismo como al de deporte, y considerando el crecimiento que ambas disciplinas han experimentado en las dos primeras décadas del siglo XXI, consideramos oportuno prestar especial atención al auge del turismo deportivo. Para Granero (2007), los cambios en las actividades de ocio y tiempo libre, los cambios en los valores y la conciencia social, así como una mayor preocupación por la salud y la estética personal, son factores que han contribuido al aumento de la combinación entre deporte y turismo.

### 2.2.3. Turismo Deportivo

Conceptualmente, una de las primeras referencias académicas aparece en la publicación *Sport and tourism* (Anthony, 1966). Posteriormente, Standeven y De Knop (1998) con la publicación de su libro *Sports Tourism* marcaron un punto de inflexión en el turismo deportivo al plantear la estrecha relación entre ambas disciplinas.

<sup>16</sup> Expresado en porcentaje de la población total investigada de cada colectivo.

Desde entonces, el turismo deportivo ha sido descrito, de manera general, como aquel que abarca todas las actividades relacionadas con el deporte que se llevan a cabo fuera del lugar habitual de residencia, ya sea en instalaciones artificiales o en entornos naturales, para participar en una actividad física o para presenciar eventos deportivos, con o sin propósitos competitivos (Latiesa y Paniza, 2006).

Entendiendo que no existe una única definición de este concepto y que el mismo ha sufrido modificaciones a lo largo del tiempo, a continuación, presentamos una tabla que recoge alguna de las definiciones más significativas del término:

Tabla 3. Definiciones de Turismo Deportivo

Autor	Definición
Hall (1992) <sup>17</sup>	Como uno de los pioneros en el análisis de esta disciplina, la define como aquellos desplazamientos: “ <i>realizados por razones recreativas para participar y/u observar actividades deportivas fuera del lugar de residencia habitual.</i> ”
Standeven y De Knop (1998; p.12)	Los presentes autores, atendiendo principalmente a la intencionalidad del viaje, aportan la siguiente definición: “ <i>Todas las formas activas o pasivas de la actividad deportiva, participando casualmente o de forma organizada, bien sea por razones comerciales o de negocios o no, pero que necesariamente implique un viaje fuera del lugar habitual de residencia o trabajo</i> ”
Hitch y Higham (2001; p.49)	Estos autores se refieren a la duración del viaje como uno de los rasgos para la apreciación de este tipo de turismo, al mencionar que se trata de un desplazamiento: “ <i>por motivos deportivos durante un tiempo limitado, en el que el deporte se caracteriza por reglas únicas, competición relacionada a la proeza física y también una naturaleza recreativa.</i> ”
González (2008; p.86)	“ <i>Aquel tipo de turismo cuya motivación principal la constituye la realización de un conjunto de prácticas físico-deportivas, es decir aquellas modalidades deportivas con unas características muy definidas por su reglamentación (...), por el tipo de instalaciones, materiales (...)</i> ” y añade que mejoran “ <i>su nivel de calidad de vida a través de su salud corporal, física y psicológica, mejorar su autoestima personal (...)</i> ”, de manera que profundiza también en los posibles beneficios que la práctica de esta disciplina puede aportar.
Moreno (2015; p.2)	“ <i>Generalmente se entiende por turismo deportivo aquella actividad turística cuya finalidad puede ser doble: buscar lugares donde practicar un deporte concreto o concertar viajes para asistir como espectadores a grandes acontecimientos o eventos deportivos.</i> ”
Guan y Zhang (2024; p.264)	“ <i>El turismo deportivo consiste en participar (en activo) u observar (en pasivo) eventos deportivos y atracciones deportivas, por razones personales u otros motivos y viajando (lejos del lugar de residencia habitual y trabajo) de manera puntual (ad hoc) o de manera organizada (planeada).</i> ”
ONU Turismo <sup>(a)</sup> (s.f.)	“ <i>Un tipo de actividad turística, que se refiere a la experiencia viajera del turista que, o bien observa como espectador, o bien participa activamente, en un evento deportivo que implica por lo general actividades comerciales y no comerciales de naturaleza competitiva.</i> ” <sup>18</sup>

Fuente: elaboración propia

<sup>17</sup> En Latiesa y Paniza (2006); p.135

<sup>18</sup> <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Con todo lo anterior, la doctrina mayoritaria, con autores como los señalados en la tabla anterior, se pronuncia a favor de incluir dentro de este fenómeno tanto la participación activa, cuando el sujeto participa como deportista, como la pasiva, cuando el sujeto actúa como espectador. De igual manera, se contempla la posibilidad de que el deporte se practique de manera competitiva o recreacional.

Estas definiciones nos permiten organizar el turismo deportivo en atención a la implicación el viajero en la actividad, de la siguiente manera:

Gráfico 1. Organización del turismo deportivo en atención a la implicación del viajero en la actividad



Fuente: elaboración propia

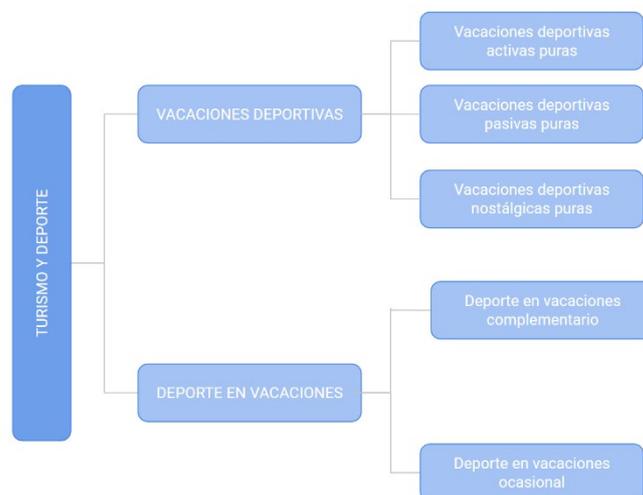
Sin embargo, Gibson (1998) añade un tercer comportamiento dentro de la definición de turismo deportivo, de manera que engloba el turismo deportivo activo, cuando el turista participa de manera activa, turismo deportivo pasivo, cuando participa como espectador y turismo deportivo nostálgico, que supone homenajear el deporte mediante actividades como visitas a museos y entidades deportivas.

Si atendemos a la motivación del viaje (ver Gráfico 2), es posible distinguir entre:

- **Vacaciones deportivas.** El deporte (tanto su ejercicio como su observación) es la motivación u objetivo principal del viaje (Latiesa, y Paniza, 2006). El sujeto puede actuar de manera activa, como deportista -*vacaciones deportivas activas puras*-, de manera pasiva, como espectador -*vacaciones deportivas pasivas puras*- u homenajear los deportes -*vacaciones deportivas nostálgicas puras*-. Latiesa y Paniza (2006) califican este tipo de vacaciones como Sport Tourism, y en estas, el viaje y el turismo son secundarios al deporte.
- **Deporte en vacaciones.** La actividad física no es la actividad principal del viaje, si no que el objetivo principal es la recreación turística. Se puede practicar o bien de manera esporádica y sin planificación previa -*deporte en vacaciones ocasional*-

o bien de manera planificada, pero complementaria *-deporte en vacaciones complementario-*. Latiesa y Paniza (2006) definen este tipo de vacaciones como Tourism Sport; en estas el deporte es un complemento, no es el objetivo principal.

Gráfico 2. Vacaciones deportivas VS. Deporte en vacaciones



Fuente: elaboración propia a partir de Latiesa y Paniza (2006)

En el contexto actual, el perfil del turista en general ha evolucionado hacia un perfil de turista más exigente y mejor informado sobre opciones de viaje. Busca experiencias diferentes, auténticas y personalizadas. Está conectado a través de dispositivos móviles y redes sociales, utiliza internet para investigar destinos, reservar alojamiento, actividades y compartir sus experiencias en línea. Ante este cambio, la actividad turística tiene que evolucionar igualmente y adaptarse a una demanda más exigentes que busca una oferta diferenciada que proporcione experiencias únicas.

A esta evolución se une la adopción de la práctica deportiva por parte de la sociedad debido a los múltiples beneficios que aporta tanto a nivel físico como emocional y social. Y como consecuencia de todo ello, los destinos tienen que diversificar su oferta turística para adaptarse a las nuevas tendencias y exigencias del mercado.

El turismo deportivo emerge como un recurso complementario para enriquecer la oferta turística de un destino, así como una oportunidad de crecimiento.

Además, su potencial económico no solo puede influir en la formulación de políticas públicas, sino también en la definición de la oferta y la identificación de la demanda (De Knop, 1999; Einsle y Escalera- Izquierdo, 2024). La oferta de actividades físico-deportivas junto con la oferta turística local se convierte en un factor determinante para

el desarrollo turístico sostenible, ya que agrega un elemento diferenciador al destino (Crespo y Estay Sepúlveda, 2019). En este sentido, este fenómeno puede llegar a posicionar privilegiadamente una localidad como destino turístico, a pesar de la competencia en un mundo globalizado como lo es el actual (Ibáñez ;2011).

Además, el turismo deportivo supone la generación e impulso de oportunidades laborales, tanto permanentes como eventuales, para los residentes (Gutiérrez, et.al.; 2023). En el ámbito social, propicia un mayor interés por las actividades sociales y culturales y un mayor bienestar personal. Sin embargo, si bien no es habitual, también hay autores que mencionan un posible impacto socio-cultural negativo, consecuencia de la concentración y afluencia masiva de turistas en un periodo corto de tiempo, además del vandalismo o acciones ilegales debidas al incremento de sujetos en la localidad o el sentimiento de rivalidad entre los asistentes (Cuadros, et.al.; 2021).

No obstante, en muchas ocasiones este tipo de turismo no se desarrolla de una manera sostenible, impactando negativamente en el medio ambiente (Sánchez; 2018). Esto se genera más propensamente cuando el Estado o localidad carece de regulaciones y planificaciones sostenibles adecuadas.

### **2.3. Tipología de Turismo Deportivo**

La clasificación de los tipos de turismo deportivo nos permite obtener una visión general de las actividades que este fenómeno abarca.

Moreno (2015) y García y Rebollo (1994) lo organizan en atención a diversos elementos de la naturaleza, que permiten categorizar cada actividad deportiva, clasificándolas como es apreciable en la Tabla 4. Sin embargo, se trata de una clasificación que se centra principalmente en el aspecto deportivo, no teniendo en consideración la actividad viajera.

Tabla 4. Tipología de turismo deportivo en atención a los elementos de la naturaleza

Deportes de tierra	Deportes de agua	Deportes de aire	Deportes de nieve	Deportes con medios tradicionales
Trekking Senderismo Escalada Esquí Paseos a caballo Golf Espeleología Actividades de aventura Running	Rafting Pesca Descenso de barrancos Piragua, kayak y canoa Vela Submarinismo Motos acuáticas Surf, windsurf y kitesurf	Parapente Paracaidismo Puenting Vuelo libre	Esquí nórdico Esquí alpino Snowboard Trineos	Juegos Danzas

*Fuente: elaboración propia a partir de Fuente Moreno (2015) y García y Rebollo (1994)*

Otros autores como Weed y Bull (2004) clasifican el turismo deportivo a partir de la oferta de mercado del momento:

- **Turismo con contenido deportivo:** acoge aquellos viajes en los que la actividad deportiva no es la motivación principal; a pesar de que, finalmente, se acabe practicando. Por lo tanto, los presentes autores contemplan el ya mencionado deporte turístico como una modalidad de turismo deportivo.
- **Turismo de participación deportiva:** contempla la práctica de múltiples deportes o un solo deporte a un nivel básico, excluyendo los entrenamientos y la práctica deportiva de alto nivel.
- **Entrenamiento deportivo:** el objetivo principal del viaje es la práctica deportiva a través de entrenamientos, pudiendo practicarse tanto por principiantes como por profesionales.
- **Eventos deportivos:** el objetivo primario de esta categoría es implicarse en eventos deportivos, bien en calidad de espectadores o de participantes.
- **Turismo deportivo lujoso:** el distintivo de esta categoría es la alta calidad de los servicios e instalaciones en las que se practica deporte.

Por su parte, Kurtzman y Zauhar (2003), dividen las posibles formas de turismo deportivo en cinco grandes categorías, en las que los viajeros eligen el deporte como la actividad principal de sus viajes:

- a. **Resorts:** hace referencia a centros de vacaciones como los resorts o las villas, en los cuales el deporte es la actividad atractiva principal. Están equipados con materiales necesarios para la actividad física y disponen de personal especializado para ello. Estos establecimientos pueden estar enfocada tanto a deportistas de alto rendimiento como amateurs.
- b. **Cruceros:** esta categoría se reserva para aquellos barcos y cruceros en los cuales, de nuevo, el deporte es la actividad principal objetivo del viaje. Se trata de una categoría especialmente reseñable en el ámbito acuático, permitiendo a los turistas deportivos la práctica de este tipo de actividades tanto en el propio crucero, como en lugares costeros de salida y destino en ruta. Ahora bien, se trata de una categoría que cada vez se asemeja más a los hoteles y resorts, debido a la evolución en sus infraestructuras y servicios.
- c. **Atracciones:** esta clasificación aporta satisfacción visual como un valor añadido. Engloba tanto las atracciones naturales; por ejemplo, la visita a parques o montañas, como las hechas por la humanidad, como los museos o edificios.
- d. **Tours:** abarca los viajes deportivos organizados por empresas privadas y dirigidos mayoritariamente a grupos con intereses comunes, así como los viajes organizados por los propios viajeros, e incluyen la combinación de diversos eventos y actividades deportivas. Esta categoría es una muestra de la necesidad de que las empresas proporcionen sus servicios en atención a la demanda turística, pues cada vez son más los y las viajeras que optan por llevar a cabo viajes organizados, lo que les aporta seguridad y tranquilidad ante los posibles contratiempos que pudieran ocurrir, siendo gestionados por la empresa organizadora del viaje<sup>19</sup>.
- e. **Eventos:** se trata de la categoría que mayor capacidad tiene para atraer espectadores, y más específicamente, a turistas deportivos internacionales.

Sin embargo, algunos autores consideran esta clasificación demasiado amplia, pues son en muchas ocasiones en las que el turista practica deportes, y no por ello debe considerarse un turista deportivo (Latiesa, M. y Paniza, J.L. ;2006). Por ello, Latiesa, M. y Paniza, J.L. (2006), proponen un sistema que permite determinar si las actividades anteriores pueden calificarse o no como turismo deportivo, en base a dos factores:

---

<sup>19</sup>[https://www.tourinews.es/empresas-turismo/tui-iberia-eduard-bogaty-r-viajes-organizados-jovenes\\_4479780\\_102.html](https://www.tourinews.es/empresas-turismo/tui-iberia-eduard-bogaty-r-viajes-organizados-jovenes_4479780_102.html)

- **La intensidad motivacional del deporte en la elección de destino:** existirá una mayor intensidad motivacional en aquellos sujetos que practican deporte con más asiduidad.
- **El posicionamiento de destino a nivel nacional e internacional:** la intensidad con la que un destino se posiciona respecto de un deporte; es decir, tendrá un alto posicionamiento aquel lugar que destaque por su oferta deportiva.

Un destino bien posicionado deportivamente hablando, combinado con una alta intensidad motivacional del deporte incentivan la experiencia del turismo deportivo, mientras que una baja intensidad motivacional deportiva combinada con un lugar bien posicionado en el ámbito deportivo puede dar lugar a otro tipo de turismos, que no necesariamente tienen que ser turismo deportivo (Latiesa, M. y Paniza, J.L.; 2006).

López (2021), partiendo de la distinción entre turismo deportivo activo y pasivo realiza diversas subclasificaciones, desde el punto de vista tanto de la oferta, como de la demanda:

Tabla 5. Tipología de turismo deportivo en atención a la oferta y la demanda

Clasificación	Tipo	Definición	Oferta
Turismo deportivo activo	Turismo de eventos deportivos	Se practica por aquellos viajeros que acuden a eventos deportivos, en calidad de participante.	Eventos de tipo: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Locales</li> <li>▪ Nacionales</li> <li>▪ Internacionales</li> </ul>
	Turismo recreativo	Está destinado a aquellos sujetos que realizan un viaje con el deporte como su motivación, siendo de carácter recreativo, no competitivo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Viajes de deportes no de aventura: baloncesto, golf, fútbol, etc.</li> <li>▪ Viajes de aventura: senderismo, multiaventura, acuáticos...</li> </ul>
Turismo deportivo pasivo	Turismo deportivo de celebridades	Incluye aquellos viajes que se realizan con el objetivo principal de visitar museos, salones u otros relacionados con el deporte.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Visitas a museos</li> <li>▪ Visitas a estadios e infraestructuras</li> </ul>
	Turismo de eventos deportivos	Desarrollado por aquellas personas que asisten a eventos deportivos como espectadores.	Eventos de tipo: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Locales</li> <li>▪ Nacionales</li> <li>▪ Internacionales</li> </ul>

Fuente: elaboración propia a partir de López (2021)

## 2.4. Tipología de Eventos Deportivos

Como se menciona al inicio del presente trabajo el primer gran evento deportivo tuvo lugar en Grecia con la celebración de los primeros JJ. OO. En la era actual, las televisiones, radios y distintos medios de comunicación como las redes sociales han impulsado la celebración y difusión de este tipo de turismo de manera acelerada (López, 2021). Esto, se debe en gran parte, a que los eventos deportivos se muestran como una oportunidad para desarrollar la economía local, disminuir la estacionalidad turística, lograr un posicionamiento emergente en uno de los grandes campos que afectan a la economía del deporte, como lo es el turismo, y mejorar la marca turística de la localidad en la que se celebre, si la tuviera (Ortega e Izaguirre; 2010 y Tadini, et.al.; 2021).

De hecho, la pandemia global de COVID-19 supuso un parón en la celebración de eventos deportivos, que puso de manifiesto una elevada disminución de ingresos en las localidades en las que se celebraban, lo que evidencia el impacto económico que pueden llegar a tener. No obstante, en esta época también se produjo un recorte considerable de las emisiones de gases de efecto invernadero, entre otros, causadas por los desplazamientos de los espectadores y participantes de eventos deportivos (Gutiérrez, et.al., 2023).

Blázquez (2001; p.1), define los eventos en general como *“aquellos fenómenos que surgen de ocasiones no rutinarias y que tienen objetivos de ocio, culturales, personales u organizativos, establecidos de forma separada a la actividad normal diaria, cuya finalidad es ilustrar, celebrar, entretener o retar la experiencia de un grupo de personas.”*

Partiendo de esta definición y trasladándola a los eventos deportivos, este mismo autor destaca las siguientes características:

1. Incertidumbre: existen datos difícilmente controlables, como el número de espectadores real y final, el coste total o el comportamiento de los participantes.
2. Carácter único: no forman parte de las actividades habituales o cotidianas.
3. Carácter irrepetible: cada edición tiene especialidades respecto al resto.
4. Elementos tangibles e intangibles: por un lado, existirán infraestructuras, materiales... y por otro, las emociones que se provocan tanto en los asistentes como en los participantes.

5. Alto nivel de contacto personal: existe un contacto directo entre participantes y espectadores, e indirecto entre estos y los medios de comunicación, herramienta que puede impulsar y promover los eventos celebrados.
6. Temporalidad fija: tienen una duración determinada y la fecha de su celebración se conoce a priori.

Los eventos, según Ortega e Izaguirre (2010), por un lado, son una atracción en sí mismos. Y, por otro lado, hay localidades donde se celebran que, aun teniendo atractivo suficiente, la celebración del evento mejora incluso su imagen del destino. Estos autores distinguen entre mega eventos deportivos y eventos deportivos de prestigio:

- Los **mega eventos deportivos** son aquellos capaces de generar un impacto internacional, posicionando a la ciudad de celebración como un destino de carácter internacional. Se trata de eventos de breve duración, cuyos efectos perduran a lo largo del tiempo, promoviendo la actividad turística en años posteriores. Este tipo de celebraciones se han revelado como unas de las estrategias más recurrentes de las ciudades para posicionarse competitivamente, mejorar las oportunidades de empleo y la calidad de vida de los locales.
- Los **eventos deportivos de prestigio** son aquellos que se celebran múltiples veces o de manera recurrente, y se celebran con el objetivo de añadir atractivo al lugar de celebración; ejemplos de ello serían los partidos de baloncesto celebrados en el Madison Square Garden de Nueva York.

Pousada, y Urdampilleta (2012) destacan los grandes eventos deportivos o mega eventos como aquellos eventos puntuales, que tienen una gran capacidad de repercutir socialmente y de generar ingresos económicos y tienen gran presencia en los medios de comunicación.

No obstante, una de las clasificaciones más recurrentes es la llevada a cabo por Gratton, et.al. (2000), ampliada con posterioridad por Wilson (2006). Combinando las clasificaciones de ambos autores y ampliándolas de nuevo, Barajas, et.al. (2012), presentaron la siguiente clasificación:

Tabla 6. Tipología de eventos deportivos.

Tipología de eventos deportivos	Características generales	Características económicas
Evento deportivo Tipo A	Se celebran de manera irregular, cambiando de sede cada vez que se celebran y tienen un carácter único.	Tienen un alto impacto económico.
	Tienen una elevada asistencia de competidores y espectadores internacionales.	Existe gran competitividad entre países por ganar la candidatura y poder celebrarlos en alguna de sus localidades.
	Tienen alto interés mediático.	
Evento deportivo Tipo B	Se celebran de manera regular, siempre en la misma sede.	Tienen un alto impacto económico.
	Tienen una elevada asistencia de espectadores.	No existe una alta competitividad entre países y ciudades para lograr su candidatura.
	Generan alto interés mediático.	
Evento deportivo Tipo C1	Pueden celebrarse de manera regular o irregular, pero cambian la sede de celebración.	Es incierto en términos de impacto económico, ya que es complicado predecir el número de espectadores que asistirán al mismo.
	Tiene asistencia de espectadores y competidores internacionales –no elevada- .	
Evento deportivo Tipo C2	Se celebran de manera regular, sin cambiar de sede.	Es incierto en términos de impacto económico, ya que es complicado predecir el número de espectadores que asistirán al mismo.
	Tiene asistencia de espectadores y competidores internacionales – no elevada - .	
Evento deportivo Tipo D1	Se celebran de manera regular o irregular, y cambian de sede.	Generan un impacto económico limitado.
	No hay asistencia de espectadores internacionales.	Su celebración viene condicionada por motivos principalmente no económicos.
Evento deportivo Tipo D2	Se celebran de manera regular, sin cambiar de sede <sup>20</sup> .	Generan un impacto económico limitado.
	No hay asistencia de espectadores internacionales.	Su celebración viene condicionada por motivos principalmente no económicos.
Evento deportivo Tipo E	Pueden celebrarse tanto de manera regular como irregular, con cambio de sede.	Generan un impacto económico limitado.
	Tienen una menor asistencia de espectadores y competidores internacionales.	Su celebración viene condicionada por motivos principalmente no económicos.
	No generan interés en los medios de comunicación.	

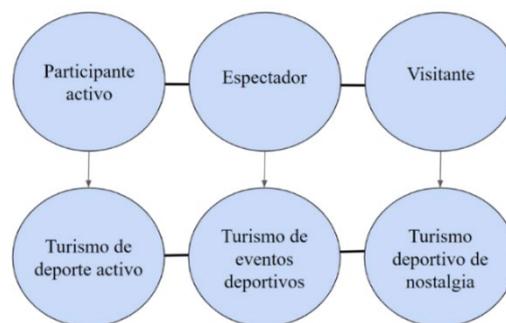
Fuente: elaboración propia a partir de Barajas, et.al. (2012)

<sup>20</sup> Este concepto hace referencia a la periodicidad de la celebración del evento. Los eventos regulares se celebran anualmente o en periodos inferiores, como mensualmente, y forman parte de un ciclo de eventos que se celebran a nivel nacional. Aquellos que son irregulares, no tienen una periodicidad anual y cambian de sede cada vez que se realizan.

## 2.5. Perfil del Turista Deportivo

El turista deportivo es definido por González, et.al. (2018; p.9), como “*aquel visitante provisional, que se queda al menos 24 horas en la zona, y cuyo propósito principal es participar en un acontecimiento relacionado con el deporte, siendo la visita a la zona donde realiza la actividad un objetivo secundario*”. Prosigue distinguiendo tres posibles tipos de turista y los asocia a tres tipos de turismo deportivo:

Gráfico 3. Tipos de turista y turismo deportivo según González (2018)



Fuente: elaboración propia a partir de González (2018)

Por lo tanto, categoriza al turista deportivo de la siguiente manera:

- **Participante activo:** aquel que practica turismo deportivo de manera activa.
- **Espectador:** aquel que acude a eventos deportivos en calidad de espectador.
- **Visitante:** aquel que practica turismo deportivo de nostalgia, bien visitando museos, estadios, etc.

Ospina (2024), en cambio, destaca como principales tipos de viajeros asociados al turismo deportivo los siguientes:

- Deportistas menores y sus acompañantes.
- Competidores de élite (patrocinados y con staff acompañante).
- Deportistas profesionales o de alto rendimiento, en búsqueda de lugares donde entrenar (no patrocinados).
- Deportistas populares (mayores de 30 años, con un nivel socioeconómico elevado, alta formación y participantes de competiciones multitudinarias).
- Staff de eventos y jurados.

Por su lado, Yfantidou, et.al, (2010) identifican diversos factores que pueden afectar a un sujeto en su decisión de realizar un viaje deportivo:

Gráfico 4. Factores que afectan al turista deportivo



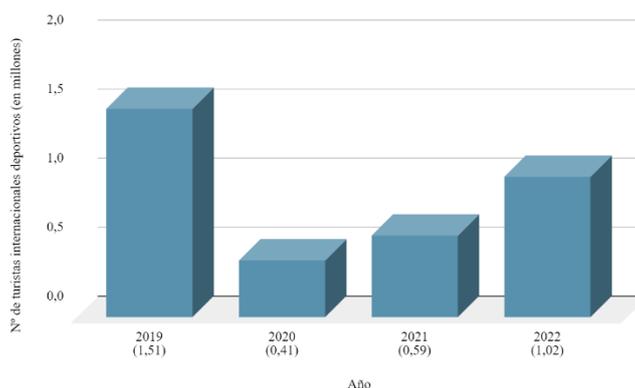
*Fuente: elaboración propia a partir de Yfantidou, et. Al. (2010)*

Por lo tanto, los factores que permiten perfilar al público susceptible de ser clasificado como turista deportivo están estrechamente vinculados con su visión de la vida, rasgos psicológicos, de comportamiento y personalidad, sociales y del entorno, además de con los puramente demográficos (Latiesa y Paniza, 2006). Así, algunos rasgos como la nacionalidad, sexo, edad, deseos y tiempo dedicado a la realización del viaje nos permiten perfilar la figura del turista deportivo.

Concretamente en España, en el Anuario de Estadísticas deportivas en 2023 se analizan diversos datos estadísticos e indicadores que permiten subrayar la importancia del sector deportivo, no solo en sí mismo, sino también como motor de otros sectores relevantes económicamente, ente ellos, el turístico. Así, de las cifras reflejadas en el mismo, es posible observar cómo el número de turistas deportivos no residentes<sup>21</sup> que eligieron España como destino para la práctica deportiva, incrementó en 2022 con respecto a los dos años anteriores y de manera escalonada, como podemos observar en el siguiente gráfico, sin llegar a alcanzar las cifras pre- pandemia, a pesar de su rápida recuperación (ver Gráfico 5).

<sup>21</sup> Entendido como tal la persona no residente en España que viaja a este país, y pernocta al menos una noche en el mismo. Quedan incluidos en el concepto aquellos españoles que residen en el extranjero y deciden visitar España. (Ministerio de Cultura y Deporte; 2023)

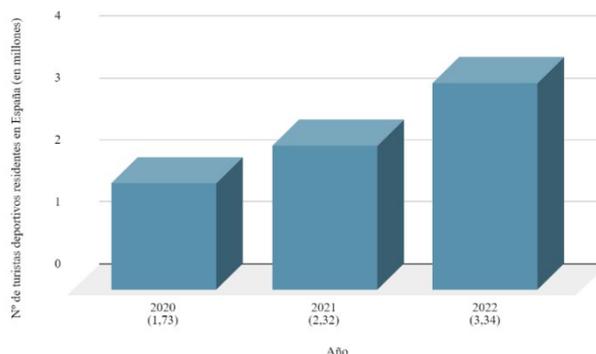
Gráfico 5. Turistas deportivos internacionales que viajaron a España entre 2019 y 2022



Fuente: elaboración propia a partir de Ministerio de Cultura y Deporte (2023)

En cuanto a los residentes en España, los datos de 2020 a 2022 relativos a los viajes realizados por estos dentro del territorio y por motivos principalmente deportivos fueron los siguientes:

Gráfico 6. Turistas deportivos residentes en España que viajaron a destinos españoles entre 2020 y 2022



Fuente: elaboración propia a partir de Ministerio de Cultura y Deporte (2023)

Por lo tanto, comparando los datos estadísticos del Gráfico 5 y Gráfico 6, si bien es considerable la cantidad de turistas deportivos residentes en países distintos a España que viajan a este país, eligiéndolo como su destino y con el deporte como objetivo principal, el perfil de turista deportivo lo marca el propio residente español, que elige su propio país como destino principal para realizar sus viajes deportivos. De hecho, el número de turistas deportivos residentes en 2022 es el doble que el de turistas deportivos no residentes.

En cuanto a la duración media de los viajes realizados por residentes españoles, y por motivos principalmente deportivos, es de aproximadamente tres días, pudiendo

calificarse como viaje de corta duración<sup>22</sup>, frente a los 7 días en el caso de turistas deportivos internacionales. Estos turistas deportivos españoles seleccionan los fines de semana como momento oportuno para ello (Ministerio de Cultura y Deporte; 2023), lo cual se encuentra en consonancia con la duración habitual de este tipo de viajes. Además, este tipo de turista deportivo habitualmente se hospeda en alojamientos ajenos a la vivienda propia, de familiares o amigos, acudiendo a la oferta de mercado. De esta manera, es más probable que elija los hoteles como primera opción de hospedaje, seguidos por las viviendas de alquiler (Ministerio de Cultura y deporte; 2023).

De igual manera, el Anuario plasma el gasto total realizado por los turistas residentes en España, en atención al deporte practicado. Destaca que el senderismo y montañismo recogen las cifras mayores de gastos, seguidos de los deportes náuticos y la navegación en barco.

Tabla 7. Gasto total realizado por los turistas residentes en España, según el deporte

<b>Valores absolutos</b>			
<b>Total gasto (expresado en millones)</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
	6.844,0	10.320,6	15.386,3
Golf	78,3	187,5	176,4
Deportes de invierno	371,0	228,3	680,9
Navegación en barco	967,6	1.474,2	3.364,1
Deportes náuticos	1107	1.657,8	2.225,5
Caza	59,6	57,5	120,5
Senderismo, montañismo	4.331,5	6.783,4	9.157,8
Deporte de aventura	366,0	413,3	584,3
Rutas a caballo	93,9	222,9	374,5
Otros deportes	1.395,5	2.010,3	2.543,7

*Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte (2023)*

Además, Seggitur<sup>23</sup>, sociedad mercantil que se encarga de impulsar la innovación en el sector turístico español, tanto público como privado, actualmente se encuentra en desarrollo de una estrategia turística basada en cinco ejes de actuación<sup>24</sup>, que dan respuesta a las necesidades actuales de este sector: Promoción digital, Internacionalización, Transformación digital, Destinos turísticos inteligentes y ODS y sostenibilidad.

<sup>22</sup> Se entienden como viajes de corta duración aquellos de duración menor a cuatro noches. (Ministerio de Cultura y Deporte; 2023)

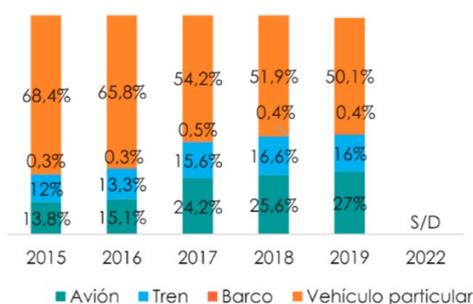
<sup>23</sup> La Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, participada en su totalidad por la Administración General del Estado y dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

<sup>24</sup> <https://www.segittur.es/ejes-de-actuacion/>

Para el buen desarrollo de esta estrategia, la Sociedad debe analizar las diferentes tendencias del sector turístico, abarcando todos sus ámbitos, entre los que se encuentra el turismo en el ámbito deportivo. Por ello, en 2023 desarrolló un proyecto que contextualizaba, categorizaba y clasificaba el turismo deportivo en el ámbito estatal e identificaba los principales retos, problemáticas y oportunidades de mejora del mismo.

Este estudio arrojó que, de los millones de turistas deportivos en España, tanto residentes como no residentes, en 2021, el 64% practicaron deporte de forma activa y el 36% asistieron a eventos deportivos, lo que supone una mayor práctica de turismo deportivo activo que pasivo. Además, el estudio incorporaba una encuesta realizada a los turistas deportivos de la Maratón de Valencia. Dicha encuesta revelaba un problema en cuanto al eje de sostenibilidad medioambiental, y es que, en 2019, la mayoría de turistas deportivos, tal y como se observa en el Gráfico 7, usaron su vehículo particular para desplazarse hasta la ciudad que daba lugar a la carrera de larga distancia, seguido del tren y, finalmente, el avión. Estas mismas conclusiones se recogieron en una segunda encuesta realizada a los turistas deportivos que acudieron al campeonato de España Absoluto de atletismo 2023.

Gráfico 7. Transporte usado por los turistas deportivos para desplazarse al maratón de Valencia



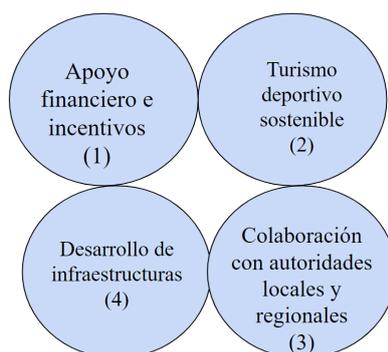
Fuente: Seggitur (2023)

Estos datos, y según señala Seggitur, ponen de manifiesto la necesidad de fomentar el uso del transporte público por los turistas deportivos, en detrimento del uso mayoritario del vehículo privado, que prima en la actualidad como principal medio de transporte entre este colectivo.

## 2.6. Incentivos y políticas españolas en el ámbito del turismo deportivo

Debido al potencial que España tiene para llegar a ser uno de los destinos más seleccionados para la práctica de turismo deportivo, y en vista de los múltiples beneficios económicos, sociales y culturales que esto conlleva, son diversas las iniciativas por parte del Estado para impulsarlo (ver Gráfico 8).

Gráfico 8. Iniciativas del gobierno español para impulsar el turismo deportivo



*Fuente: elaboración propia a partir de Terol (2023)*

Así, es posible destacar entre las acciones del gobierno español en este ámbito las siguientes, que se encuentran interrelacionadas entre sí.

#### 2.6.1. Apoyo financiero e incentivos

Al proporcionar ayuda financiera, el gobierno fomenta tanto el crecimiento, como la sostenibilidad en el turismo deportivo, que, de igual manera, se traducen en un aumento del gasto de los turistas y la generación de empleo (Terol, 2023).

Entre las posibles acciones a destacar, llevadas a cabo por el gobierno español, en 2023 el Consejo Superior de Deportes (CSD)<sup>25</sup> publicó una línea de subvenciones que ascendía a 36 millones de euros, procedentes de Fondos Europeos. Esta ayuda fue destinada a las Administraciones Públicas titulares de instalaciones o espacios deportivos, a fin de que en las mismas se pudieran desarrollar actividades de turismo deportivo sostenible, a través de inversiones que mejoraran la transición ecológica y la eficiencia energética. Especificó además el CSD que se entenderían como actividades en tal sentido, aquellas que implicaran un desplazamiento y/o alojamiento de personas para poder participar o presenciar como espectadores algún evento deportivo o para practicar actividades deportivas (Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes; 2023).

Este apoyo financiero se relaciona con el Turismo deportivo sostenible (2.6.2.), colaboración con autoridades locales y regionales (2.6.3.) y finalmente, con el desarrollo de infraestructuras (2.6.4.).

---

<sup>25</sup>El Consejo Superior de Deportes es un organismo público, adscrito al Ministerio de Educación, Formación Profesional y deportes.

### 2.6.2. Turismo deportivo sostenible

El turismo deportivo, y más concretamente, el turismo de eventos deportivos, pueden causar graves consecuencias en el medio ambiente, principalmente debido al aumento de desplazamientos en medios de transporte poco ecológicos. Por ejemplo, en eventos deportivos del calibre de la Eurocopa o el Roland Garros, los gases de efecto invernadero producidos por los desplazamientos de los sujetos, equivalen a las emisiones que producen anualmente medio millón de hogares<sup>26</sup>. Por tal motivo, en el Estado español se ha tratado de impulsar un turismo deportivo más sostenible, a través de algunas medidas. Entre otras, en 2023 el CSD anunció el lanzamiento de una “*Estrategia Estatal por la Bicicleta*”, con la que se pretendía fomentar la eficiencia energética y el turismo deportivo. Para lograrlo, se invirtieron 36,1 millones de euros en ayudas de las que los ayuntamientos podrían disponer<sup>27</sup> e invertir en iluminación nocturna y eficiente energéticamente.

### 2.6.3. Colaboración con autoridades locales y regionales

El apoyo estatal respecto de los territorios locales y regionales es esencial para que este tipo de turismo pueda ser impulsado por estas. Por ello, en la 44ª Edición de la Feria Internacional del Turismo (FITUR)<sup>28</sup>, celebrada en España en 2023, Ródriguez Uribes, presidente del CSD, recalcó la importancia de este tipo de turismo en los ámbitos locales y subrayó el compromiso del Gobierno español y el propio CSD con estos. A través de este evento, se estrecharon las relaciones entre el Consejo en cuestión y las Comunidades Autónomas. Uribes incidió en que el turismo deportivo, y más concretamente, los eventos deportivos, como lo son la Copa de América en Barcelona o el Mundial Master Mountain Running 2024, que se va a celebrar en España por primera vez, concretamente en Aragón, “*merecen la pena tanto desde el punto de vista social, como desde el punto de vista de la proyección de valores, la sostenibilidad, el turismo y la naturaleza*”.<sup>29</sup>

---

<sup>26</sup><https://www.iberdrola.com/compromiso-social/deporte-sostenible#:~:text=El%2085%20%25%20de%20las%20emisiones,de%20medio%20mill%C3%B3n%20de%20hogares>

<sup>27</sup><https://www.circulodegestores.com/blog/espana-impulsa-el-turismo-deportivo-y-la-movilidad-sostenible-con-una-inversion-millonaria-en-la-sensorizacion-de-carriles-bici?elem=304285#:~:text=Deportivos%20de%20Madrid-.Espa%C3%B1a%20impulsa%20el%20turismo%20deportivo%20y%20la%20movilidad%20sostenible%20con,la%20sensorizaci%C3%B3n%20de%20carriles%20bici.&text=El%20uso%20de%20la%20bicicleta,personas%20que%20la%20utilizan%20habitualmente>

<sup>28</sup> Se trata de un punto de encuentro para profesionales del turismo; o, en otras palabras, un foro para promocionar y conocer nuevos productos y los principales destinos nacionales e internacionales, que pone especial atención en la sostenibilidad y la innovación.

<sup>29</sup> <https://www.csd.gob.es/es/rodriguez-uribes-reivindica-la-importancia-del-turismo-deportivo-en-fitur>

#### 2.6.4. Desarrollo de infraestructuras

España dispone de múltiples infraestructuras deportivas de gran importancia turística, lo que puede impulsar, entre otros, el turismo deportivo nostálgico, que son anualmente apoyadas, fomentadas y permitidas por el gobierno español. Algunas de ellas son:

- Estadio Santiago Bernabeú: atrayendo a multitud de turistas fanáticos del fútbol, su facturación puede llegar a los 17 millones de euros anuales, en atención a los cálculos por entrada, alcanzando las visitas anuales el millón<sup>30</sup>.
- Circuito de Barcelona- Catalunya: este circuito es actualmente conocido mundialmente por celebrar cada año el Formula 1 Gran Premio de España y el Gran Premi Monster Energy de Catalunya de MotoGP. En 2019 este alcanzó los 576.891 espectadores, alcanzando más del 85% de su ocupación.<sup>31</sup>
- Academia de Tenis de Rafa Nadal: en esta se invirtieron en 2018, 10 millones de euros para ampliar su superficie y abrirse al turismo deportivo, siendo apoyado política y gubernamentalmente en aspectos territoriales e infraestructurales<sup>32</sup>.

### **3. BEHOBIA- SAN SEBASTIÁN**

#### **3.1. Historia de la Behobia - San Sebastián**

La Behobia - San Sebastián es una carrera deportiva popular de gran repercusión, que atrae cada año a miles de participantes de múltiples nacionalidades<sup>33</sup>. Se disputó por primera vez en 1919, y apenas superó la veintena de participantes (Guinea; 2011). No obstante, desde entonces, ha sobrevivido a los diversos cambios históricos que se han producido, si bien ha tenido múltiples idas y venidas, como se observa en la Imagen 1.

De igual manera, el recorrido que los corredores deben completar ha variado a lo largo de los años, modificándose tanto el punto de salida como de llegada a meta. Un importante cambio fue el sufrido en la 50ª edición, en 2014, en la que el recorrido fue modificado para que se alcanzaran exactamente los 20 kilómetros de carrera (ver Imagen 2).

---

<sup>30</sup> <https://www.marca.com/futbol/real-madrid/2019/06/28/5d164a6f268e3e1f668b45c0.html>

<sup>31</sup> <https://www.palco23.com/competiciones/el-circuito-de-barcelona-catalunya-alcanzo-los-576891-espectadores-en-2019-un-3-mas-que-ano-anterior>

<sup>32</sup> <https://www.palco23.com/equipamiento/la-rafa-nadal-academy-doblara-su-tamano-para-abrirse-al-turismo-deportivo>

<sup>33</sup> <https://turismo.euskadi.eus/es/agenda/carrera-popular-behobia-san-sebastian/aa30-evento/es/>

El último cambio realizado ha sido para la futura 59ª edición, que se disputará el 10 de noviembre de 2024. En la próxima edición se modificará el trazado, mediante un ligero desvío por obras. Por consecuencia, la carrera alcanzará los 20 kilómetros y 220 metros, previéndose que este recorrido se mantenga durante los próximos dos años (Web Oficial de la Behobia- San Sebastián<sup>(a)</sup>; 2024).

Imagen 1. Cronología de la Behobia - San Sebastián



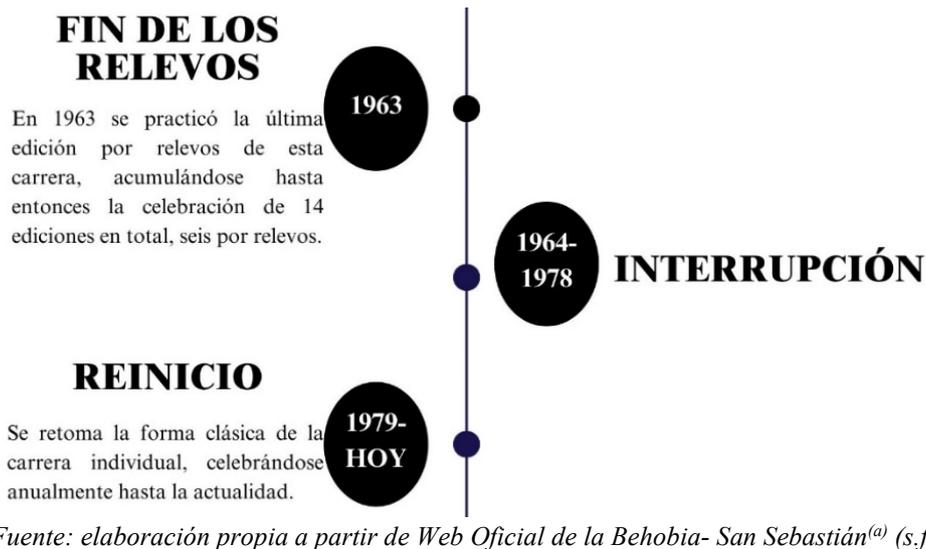
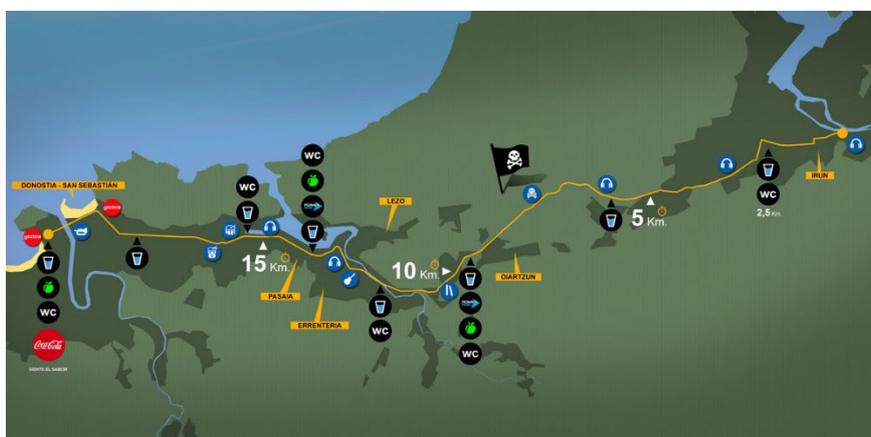


Imagen 2. Recorrido de la Behobia- San Sebastián



*Fuente: Web oficial Behobia - San Sebastián<sup>(b)</sup> (s.f.)*

### 3.2. Organización de la Behobia - San Sebastián: Club Deportivo Fortuna

Esta carrera es organizada por el Club Deportivo Fortuna, dedicado a promocionar el deporte aficionado, frente al profesional. El Club, constituido en 1913, a pesar de iniciarse en el fútbol, pronto comenzó a dar entrada a diversos deportes, entre los que se encontraba el atletismo.

Es así como en 1916 se organizó una carrera de 3.080 metros, denominada “*Prueba Fortuna*”, llegando a ser considerada en dicha época la más importante de Gipuzkoa. En la misma, resultó cuatro veces vencedor el atleta Juan Muguerza, atleta que también vencería en la primera edición de la Behobia- San Sebastián, en 1919.

Merece mención como uno de los años más destacables para el Club, el año 1979, en el que dos socios veteranos, Pancho Gómez y Remigio Tellería, propusieron a la Directiva

la recuperación de este evento, el cual únicamente había sido celebrado 14 veces desde sus inicios (ver Imagen 1). La capacidad organizativa del Club en esta carrera y su consiguiente éxito, favorecieron que el Ayuntamiento de Donostia-San Sebastián le concediese al Club en 1996 la posibilidad de gestionar el Polideportivo Municipal. Asimismo, de nuevo, el Ayuntamiento donostiarra les otorgó la medalla al Mérito Ciudadano en 2003 y el galardón “*Tambor de Oro*” en 2012, en reconocimiento a esta capacidad organizativa en relación con la carrera. Estos reconocimientos muestran la capacidad de influencia que puede llegar a tener un acontecimiento deportivo de este calibre, que dio visibilidad a un Club, que, en sus inicios, carecía de los medios materiales y económicos actuales (Fortuna Kirol Elkarte, Club Deportivo; s.f.). Para poder desarrollar esta parte práctica del TFG con mayor conocimiento, hemos elaborado una entrevista en profundidad, semi-estructurada, con Fernando Ibarreta, actual director ejecutivo y de producción de la Behobia- San Sebastián.

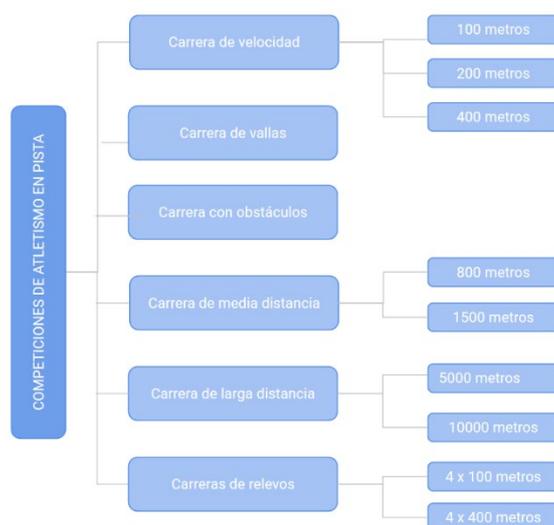
### **3.3. Clasificación de la Behobia - San Sebastián en base a la Literatura Científica**

Si bien existen diversas modalidades de carreras de largas distancias que pueden desarrollarse, la Behobia - San Sebastián adoptó la modalidad de carrera de larga distancia, practicada tanto individualmente, como por equipos que corrían por relevos.

Si partimos de la organización de turismo deportivo elaborada por Fuente (2015) y Rebollo (1994) en atención a los elementos de la naturaleza, podríamos clasificar la Behobia - San Sebastián dentro del turismo deportivo de tierra. Es más, dentro de este tipo de turismo, para hacer una clasificación más detallada, podemos distinguir aquellas carreras que pueden ser clasificadas como competiciones nacionales o estatales de aquellas que se clasifican como populares. Las primeras se organizan o se autorizan por la Real Federación Española de Atletismo (RFEA), en la cual podrán participar aquellos atletas que dispongan de una licencia o título vigente y habilitante RFEA (Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte; 2008 y Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones; s.f.).

Una vez cumplimentado tal requisito, las competiciones nacionales o estatales pueden adquirir dos modalidades distintas: pista o ruta. Dentro de la pista, se pueden celebrar las siguientes competiciones: velocidad, vallas, obstáculos, media distancia, larga distancia y relevos (ver Gráfico 9). Sin embargo, la Behobia - San Sebastián no encaja en ninguna de estas modalidades.

Gráfico 9. Competiciones de atletismo en pista



*Fuente: elaboración propia a partir de Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (2008)*

Si analizamos la clasificación de las competiciones en ruta, estas abarcan carreras de larga distancia como los maratones, que se completan corriendo 42,195 kilómetros y las medias maratones, que se completan corriendo 21,097 kilómetros (Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte; 2008). Por lo que no parece que la carrera Behobia- San Sebastián cumpla con estos requisitos, ni siquiera para clasificarse como una media maratón, ya que su recorrido es exactamente de 20 kilómetros, no alcanzando la distancia necesaria para ser media maratón. Por lo tanto, se podría clasificar como una carrera popular, no de carácter nacional.

En cambio, si atendemos a la teoría de Weed y Bull (2004), una vez analizado el caso en particular, la carrera Behobia - San Sebastián ofrece pocas dudas, y es que se puede categorizar como un evento deportivo. Según estos autores, el objetivo primario de esta categoría es implicarse en eventos deportivos, bien en calidad de espectadores o de participantes. Pues bien, analizando esta carrera popular, podemos decir que es mucho más que una simple carrera; es un evento deportivo que involucra a toda la comunidad, desde los corredores hasta los espectadores, generando entusiasmo y apoyo mutuo:

- 1 **Gran Participación de Corredores.** En las últimas ediciones, ha contado con más de 29.600 participantes, lo que demuestra su gran atractivo y relevancia en el running. De hecho, en la actualidad la demanda supera la oferta, por lo que esta carrera, tal y como Ibarreta afirma, no requiere de publicidad a través de las redes sociales y medios de comunicación; si bien estas, si fueron instrumentos esenciales para alcanzar la situación actual.

- 2 **Participación de Espectadores.** A lo largo del recorrido de 20 kilómetros, en la carrera Behobia-San Sebastián, familiares, amigos y residentes locales salen a las calles para animar a los corredores, creando un ambiente festivo y de gran apoyo, lo que es una parte fundamental de la experiencia de este evento deportivo.
- 3 **Apoyo Social.** La carrera implica a la sociedad en general a través de diversas iniciativas, como la participación de voluntarios en la organización, puestos de avituallamiento, y actividades paralelas que enriquecen la experiencia tanto de los participantes como de los espectadores.

Si atendemos a la teoría planteada por Kurtzman y Zauhar (2003), podemos llegar a la misma conclusión, y es que la carrera Behobia - San Sebastián puede clasificarse como un evento deportivo. De hecho, la propia Web Oficial de la Behobia - San Sebastián la califica como tal<sup>34</sup>.

Si atendemos a la clasificación planteada por López (2021), observamos las siguientes posibilidades:

- 1 Si el turista deportivo tiene como objetivo la participación en la actividad deportiva; es decir, si practica turismo deportivo activo, es posible realizar la siguiente subclasificación:
  - **Turismo recreativo:** podría encajar la Behobia - San Sebastián dentro de esta categorización; ya que se trata de una carrera de carácter popular, no siendo autorizada ni organizada por la RFEA. De hecho, una encuesta elaborada en 2021 por Sánchez, et.al. (2021), reveló que los participantes de esta carrera desde 2016 a 2019 otorgaban especial importancia a la tradición de participar en la misma, al atractivo de la ruta y a la atmósfera generada, lo que evidencia que se trata de una carrera con un objetivo especialmente lúdico o de entretenimiento.
  - **Turismo de eventos deportivos:** si bien es cierto que no se trata de una carrera de carácter oficial en el ámbito competitivo, tras su celebración se presenta el posicionamiento de cada corredor y la marca del primer y primera atleta en llegar a meta. No obstante, es importante recalcar que esta carrera se identifica por los valores del deporte amateur, y no otorga

---

<sup>34</sup> En la propia política de privacidad, se menciona que “*debe ser consciente de que participa en un evento público de cobertura mediática*” o que “*sus datos personales serán utilizados para las siguientes finalidades (...) en general, aquellas finalidades relacionadas con la gestión y organización de un evento deportivo*” (Web Oficial de la Behobia - San Sebastián<sup>(d)</sup>; s.f.).

premios en metálico a ningún corredor<sup>35</sup>. De hecho, en una entrevista que nos fue concedida por Fernando Ibarreta, director ejecutivo dentro del equipo organizativo de la Behobia - San Sebastián, destacó el ánimo popular que esta carrera ha mantenido desde sus inicios hasta la actualidad, y que es un rasgo característico de la misma.

- 2 Si el turista deportivo tiene como objetivo relacionarse con el deporte a través de la observación, y no la participación, se calificaría como turismo de eventos deportivos. Así, en el caso del turismo deportivo pasivo, la Behobia - San Sebastián debe calificarse como un evento deportivo, al cual los sujetos acuden como espectadores.

En base al análisis de los autores mencionados, podemos concluir que nos encontramos ante una carrera calificable como evento deportivo. De hecho, cumple todas las características propias de un evento deportivo, y destacadas por Blánquez (2001):

1. **Incertidumbre:** difícilmente se puede calcular la participación en la Behobia - San Sebastián en los años próximos, puesto que existen circunstancias imprevisibles, tanto sociales, como culturales, económicas y/o naturales que pueden influir en la misma. De hecho, tras la Pandemia mundial que supuso un cierre perimetral en 2020, la Behobia - San Sebastián tuvo que adaptarse a tales circunstancias. Para ello, se celebró la carrera de manera virtual, otorgando la posibilidad a 5000 deportistas de realizar 20 kilómetros en su localidad hasta la fecha límite fijada. A pesar de la disminución de inscritos en tal edición, tuvo una rápida recuperación, logrando un récord de personas inscritas en 2022 (véase Tabla 8). De igual manera, se ha alcanzado un récord de tiempo de venta de todos los dorsales para la próxima edición en 2024 (Pérez, 2024).
2. **Carácter único:** la Behobia- San Sebastián se practica, salvo excepciones, entre otras, de fuerza mayor anualmente, por lo que no forman parte de las actividades habituales o cotidianas de los turistas deportivos que participan en la misma o que la observan.

---

<sup>35</sup><https://www.mundodeportivo.com/running/20231107/1002142089/15-datos-sorprendentes-behobia-san-sebastian.html#:~:text=La%20Behobia%20San%20Sebasti%C3%A1n%20no.sino%20una%20experiencia%20de%20vida.>

3. **Carácter irrepitible:** cada edición tiene especialidades respecto al resto, en consonancia con la incertidumbre de cada época. Entre otras, destacan el cambio de recorrido de la actual Edición (2024) o la modalidad virtual en la Edición de 2020.
4. **Elementos tangibles e intangibles:** desde un punto de vista tangible, la Behobia - San Sebastián dispone de siete puntos de avituallamiento habilitados en cada Edición, de manera que los corredores puedan obtener comida y bebida a lo largo de los mismos<sup>36</sup>. En cuanto al intangible, los corredores y espectadores gestionan diferentes emociones a lo largo del recorrido, desde los nervios de los inicios hasta el orgullo del final<sup>37</sup>.
5. **Alto nivel de contacto personal:** bajo las palabras de Fernando Ibarreta, en los eventos deportivos del calibre de la Behobia, la experiencia trasciende la competición; puesto que acuden más de 100.000 espectadores que la siguen durante horas y animan a los participantes.
6. **Temporalidad fija:** las inscripciones para participar en la Carrera se presentan con meses de antelación, de manera que la organización tenga conocimiento de las posibles participaciones que habrá. En 2024, la Behobia se celebrará en noviembre, por lo que las inscripciones se abren en marzo para obtener los paquetes turísticos<sup>38</sup>, en abril para los dorsales solidarios<sup>39</sup> y las inscripciones generales en mayo<sup>40</sup>, las cuales se han reducido este año a 27.000. De hecho, la carrera siempre se celebra la primera o segunda semana de noviembre. A fecha de la realización del presente TFG las inscripciones para la edición 2024, están agotadas.

Tabla 8. Personas inscritas en la Behobia - San Sebastián

Año	Participantes
2018	26128
2019	27179
2021	25417
2022	29794
2023	29661

Fuente: elaboración propia a partir de Web Oficial de la Behobia- San Sebastián<sup>(c)</sup> (s.f.)

<sup>36</sup> <https://www.diariovasco.com/deportes/atletismo/behobia-sansebastian/seis-puntos-avituallamiento-20221110113448-nt.html>

<sup>37</sup> <https://blog.cajaruraldenavarra.com/eu/behobia-san-sebastian-asi-es-como-la-vivimos/>

<sup>38</sup> Inscripciones que incluyen tanto el dorsal, como alojamiento y traslado, si se requiere.

<sup>39</sup> Existe la posibilidad de colaborar con diversas asociaciones, inscribiéndose a la carrera a través del Dorsal Solidario, que supone una aportación mínima de 7 euros que se añade al importe del mismo.

<sup>40</sup> <https://www.runnea.com/carreras-populares/behobia-san-sebastian/inscripciones.html>

Por último, en relación al sistema que plantean Latiesa, y Paniza (2006), para determinar si la Behobia - San Sebastian se puede considerar turismo deportivo, vamos a analizar las dos dimensiones que plantean estos autores, que son la **intensidad motivacional** en la elección del destino, y el **posicionamiento del destino** respecto al deporte donde tiene especial relevancia la oferta deportiva.

### **1 Dimensión “Intensidad Motivacional” en la elección de destino:**

Por un lado, es obvio que, cuanto más deporte practiquen los asistentes a la Behobia - San Sebastián, mayores posibilidades habrá de que la motivación de su viaje sea la práctica deportiva en la elección de su destino, y, por ende, sean considerados turistas deportivos.

Como hemos analizado previamente, el turista deportivo en España se caracteriza por ser residente español. En la última edición de la Behobia - San Sebastián, 2023, el número de participantes ha sido de 29.639, de los cuales casi el 70% han sido nacionales, siendo en su mayoría residentes en el País Vasco, y más en concreto, en Gipuzkoa (Rodríguez; 2023). Así, los participantes han sido, entre otros, 6.596 gipuzkoanos, 1.647 bizkainos, 1.315 navarros, y 530 alaveses. Todo ello sin olvidar los 6.201 catalanes y 3.952 madrileños<sup>41</sup>. Fernando Ibarreta, director ejecutivo y de producción de la Behobia - San Sebastián, señala que cada vez son más los participantes madrileños y catalanes que participan en esta carrera, adquiriendo fuerza las inscripciones de los mismos en la próxima edición, la Edición 59<sup>a</sup>.

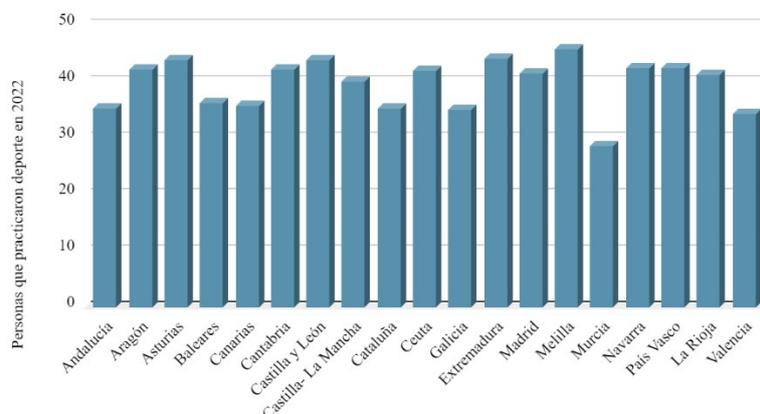
En base a estos datos, nos parece interesante analizar, por un lado, la intensidad motivacional que existe en el País Vasco respecto al resto de Comunidades Autónomas. Y, por otro lado, la intensidad motivacional que existe en Gipuzkoa, respecto al resto de Territorios Históricos. Entendiendo que, en la elección de la Behobia - San Sebastián como evento deportivo existirá una mayor intensidad motivacional en aquellos sujetos que practican deporte con más asiduidad. Este análisis lo vamos a desarrollar en relación al ámbito deportivo en general, y al running en particular.

El siguiente gráfico presenta la práctica de ejercicio físico, en general, en función de la CC. AA en el año 2022.

---

<sup>41</sup> <https://www.noticiasdegipuzkoa.eus/deportes/2023/11/07/48-participantes-behobia-san-sebastian-7481654.html>

Gráfico 10. Porcentaje de personas (de 15 años o más) que practicaron ejercicio físico en España en 2022 por Comunidad Autónoma



Fuente: elaboración propia a partir de INE (2022)

En relación al País Vasco el 43,2% practicaron ejercicio físico en 2022, lo que sitúa a esta comunidad en el puesto número siete, empatada con Navarra. Estos datos reflejan que en el País Vasco la práctica deportiva está por encima de la media. Si analizamos la práctica deportiva del “running” en particular, las personas residentes en el País Vasco que practicaron el mismo en 2022 fue del 11,5%, situándose por encima de la media del total de CC.AA.

En cuanto al análisis por género, el País Vasco, destaca por una clara desigualdad en la práctica de la actividad física de hombres y mujeres, siendo los primeros quienes más la practican<sup>42</sup>. De hecho, en el País Vasco en el año 2022 el 14,9% de hombres practicaron actividad física (Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco; 2022). Esta desigualdad también se hace evidente en el running: en 2022 el 21% de los hombres practicaron running en el País Vasco, frente al 13,8% de las mujeres. Se trata de un porcentaje muy inferior a la práctica de otros deportes, como el senderismo, escalada y alpinismo (40,3% hombres y 28,4% mujeres), o la gimnasia intensa (20,3% hombres y 25,8% mujeres). No obstante, se encuentra por encima de la mayoría de deportes, superando la práctica de fútbol, pádel, halterofilia, musculación y culturismo, entre otros (Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco; 2022). Centrándonos en el territorio histórico de Guipúzcoa, según revela un Informe sobre hábitos deportivos elaborado por el Gobierno Vasco en 2022, en Gipuzkoa es donde más deporte se practica de entre las tres provincias vascas (ver Tabla 10).

<sup>42</sup> Ley 2/2023, de 30 de marzo, de la actividad física y del deporte del País Vasco, exposición de motivos.

Tabla 9. Personas que practicaron carrera a pie, running y marcha en 2022, por Comunidad Autónoma (en porcentaje)

CC. AA	Carrera a pie, running y marcha
Andalucía	10,4 %
Aragón	10,5 %
Asturias	8,7 %
Baleares	10,8 %
Canarias	9,4 %
Cantabria	11,4 %
Castilla y León	10,4 %
Castilla- La Mancha	12,7 %
<b>Cataluña</b>	9,8 %
Comunidad Valenciana	12,6 %
Extremadura	10,9 %
Galicia	8,7 %
<b>Madrid</b>	11,9 %
Murcia	13,0 %
Navarra	11,9 %
<b>País Vasco</b>	11,5 %
Rioja	10,3 %
Ceuta y Melilla	17,2 %

Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte (2023)

Tabla 10. Personas que practican deporte anualmente según las modalidades deportivas por Territorio Histórico

	Territorio Histórico (expresado en porcentajes)		
	Álava	Gipuzkoa	Vizcaya
Montaña, senderismo, escalada, alpinismo	31.1 %	<b>41.2 %</b>	31.5 %
Gimnasia intensa (aeróbic, crossfit, cinta, spinning, zumba, elíptica...)	21.1 %	<b>20.9 %</b>	24.8 %
Ciclismo, mountain bike, ciclo cross...	28.7 %	<b>20.8 %</b>	20.7 %
Natación	25.4 %	<b>18.4 %</b>	21.6 %
Gimnasia suave (danza, pilates, yoga, taichi...)	19.3 %	<b>22.4 %</b>	20.9 %
<b>Correr, running y marcha</b>	15.2 %	<b>20.5 %</b>	16.4 %
Halterofilia, culturismo y musculación	11.6 %	<b>7.9 %</b>	6.6 %
Fútbol	5.3 %	<b>4.8 %</b>	6.5 %
Pádel	5.2 %	<b>4.8 %</b>	5.2 %
Otros	37.7 %	<b>41.9 %</b>	30.6 %

Fuente: Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco (2022)

Al igual que ocurre a nivel autonómico, en Gipuzkoa existe una evidente desigualdad en la práctica de deporte en atención al género. Un reciente estudio, elaborado con el objetivo de contribuir a aumentar la actividad física en el tiempo libre, realizó un cuestionario a más de 500 mujeres residentes en Gipuzkoa. Este informe reveló que el 23,6% de las mujeres de entre 18 y 29 años son inactivas<sup>43</sup> en su tiempo de ocio. En otras palabras, una cuarta parte de las jóvenes guipuzcoanas participantes en el estudio son inactivas, lo que, para Eizaguirre, et. al. (2024) es una cifra alta.

En cuanto a la participación pasiva, como espectadores, de nuevo destaca Gipuzkoa como el territorio histórico de entre los tres en el que más personas asistieron a algún espectáculo de atletismo o running en 2022, asistiendo un 12,4%, en comparación con un 11,8% en Álava y un 7,2% en Vizcaya (Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco; 2022).

En vista de todo lo anterior, y en base a la dimensión “intensidad motivacional” del modelo planteado por Latiesa y Paniza (2006), junto a los datos estadísticos analizados, podemos concluir que la intensidad motivacional que existe en el País Vasco respecto al resto de Comunidades Autónomas es alta para la práctica deportiva en general, y para el running en particular. Lo mismo ocurre con Gipuzkoa en relación al resto de Territorios Históricos en lo referente al deporte en general y al running en particular. Por ello, entendemos que los asistentes al evento deportivo Behobia - San Sebastián cumple con esta primera dimensión para ser considerados “turistas deportivos”.

## **2 Dimensión “Posicionamiento de Destino” respecto al deporte**

En relación a la dimensión posicionamiento del destino respecto al deporte del modelo de Latiesa y Paniza (2006), vamos a analizar a continuación la oferta deportiva de Gipuzkoa respecto al resto de Territorios Históricos, en el ámbito deportivo en general, y el running en particular.

Actualmente en Gipuzkoa existen clubes para 32 modalidades deportivas diferentes, lo que constata la presencia de una amplia oferta de actividades deportivas en esta provincia:

---

<sup>43</sup> Según la OMS, se consideran activas aquellas personas que practican como mínimo 150 minutos de actividad física a la semana, y por ende, se consideran inactivas aquellas que no alcanzan tales umbrales.

### Imagen 3. Modalidades deportivas practicadas en Gipuzkoa



*Fuente: elaboración propia a partir de Diputación Foral de Gipuzkoa<sup>(a)</sup> (s.f.)*

Además, existen 1.242 clubes deportivos en Gipuzkoa que engloban la totalidad de deportes señalados en la Imagen 3, cantidad ligeramente superior a la cantidad de clubes deportivos en Álava y notablemente inferior a la de Bizkaia (Gobierno Vasco, s.f.). No obstante, y en proporción a la población de cada una de las provincias, podemos concluir que proporcionalmente a la población existe una presencia equivalente de clubes deportivos en las tres provincias del País Vasco.

Si nos centramos en el ámbito del “running”, tenemos que señalar que en la actualidad existen en la provincia de Gipuzkoa 165 clubes y equipos deportivos de atletismo (Diputación Foral de Gipuzkoa<sup>(b)</sup>, s.f.), lo que demuestra un notable interés por este deporte en el territorio, existiendo un club o equipo deportivo por cada 4.321 habitantes de la provincia.

Además, más allá del evento deportivo de la Behobia - San Sebastián, en Gipuzkoa se celebran múltiples carreras cada mes, tanto a nivel competitivo como recreativo, entre otras, el Cross Juan Muguerza, el cual lleva el nombre del primer campeón de la Behobia y en el cual disputan corredores de diversos países, la carrera de Primavera de Donostia-San Sebastián, con corredores primariamente nacionales, o el evento deportivo Zúrich Maratón de San Sebastián, segundo maratón más antiguo de España, en la cual también participan corredores internacionales.

A todo ello hay que añadir, por un lado, que la provincia de Gipuzkoa cuenta con una amplia gama de instalaciones deportivas de alta calidad, que incluyen estadios, polideportivos, piscinas, canchas de tenis y pádel, gimnasios, y pistas de atletismo. Estas infraestructuras facilitan la práctica de una gran variedad de deportes tanto a nivel amateur como profesional. Y, por otro lado, que la provincia de Gipuzkoa tiene un fuerte enfoque en la promoción del deporte de base y la actividad física entre sus habitantes, especialmente entre los jóvenes. Hay numerosas escuelas deportivas (ver Imagen 3) y programas de iniciación deportiva que fomentan la participación desde temprana edad.

Por todo lo anterior, podemos concluir que la provincia de Gipuzkoa cumple con la dimensión “posicionamiento de destino” respecto al deporte correspondiente al modelo Latiesa y Paniza (2006). Así pues, podemos considerar que Gipuzkoa es un destino bien posicionado deportivamente hablando que, dada su alta intensidad motivacional en relación al deporte, incentiva la atracción del turista deportivo mejorando su experiencia como participantes en la Behobia - San Sebastián.

### **3.4. Perfil del turista deportivo en la Behobia - San Sebastián**

Por un lado, respecto a la participación activa, habitualmente, de las inscripciones realizadas para participar en la Behobia - San Sebastián, se materializa una participación real del 85%. Concretamente, y como muestra de ello, en la 58ª Edición, en 2023, participaron 25,899 personas de las 29,639 que se inscribieron y alcanzaron la meta 25.636 participantes. Entre este 85%, procedemos a analizar el perfil del turista deportivo destacable.

En relación a la nacionalidad del turista deportivo que participa en esta carrera, por lo general, aclara Fernando Ibarreta que tiene nacionalidad española, a pesar de la participación de algunos corredores de nacionalidades superiores, normalmente a 23 países diferentes<sup>44</sup>, sobre todo de la frontera vascofrancesa, debido a la localización de la carrera, si bien es una participación destacablemente minoritaria.

En concreto, destaca la participación de guipuzcoanos, seguida tanto de catalanes como de madrileños. De hecho, en la actual edición las inscripciones de guipuzcoanos han alcanzado aproximadamente las 5.300, cifras aproximadas a las inscripciones de catalanes y madrileños, que encuentran cercanas a las 5000 y 4000, respectivamente.

Respecto al género, en cada edición aumenta la participación de mujeres respecto a la edición anterior. Concretamente, en la Edición 58<sup>a</sup>, participaron 7482 mujeres, batiendo el récord de participación femenina. Esto supone un 28,89% de corredoras; por lo que, generalmente, predomina la participación masculina en esta carrera, a pesar de que esta diferencia cada vez se reduzca más (Web Oficial de la Behobia – San Sebastián; 2023).

Respecto a la edad, en la entrevista se concretó que, debido a la disminución de la natalidad, lo que conlleva el envejecimiento de la población, los participantes masculinos habitualmente tienen más de 45 años. Concretamente, en la edición 58<sup>a</sup>, celebrada en 2023, la mayoría de los inscritos tenían entre 41 y 45 años. A estos les sucedían aquellos de 31 a 35 años<sup>45</sup>. En el caso de las mujeres, en cambio, la edad de participación es menor que la de los hombres, tal y como afirma Ibarreta.

Finalmente, añade que de entre los corredores, el 55% ya han participado anteriormente en la carrera, en tanto el 45% son nóveles en la misma.

Por otro lado, respecto a la participación pasiva, aclara Fernando Ibarreta, que no solamente acuden acompañantes de los participantes, sino que también se asiste una multitud de personas amantes del deporte y aquellas que se ven atraídas por el dinamismo y emoción del evento.

---

<sup>44</sup> En 2023 se inscribieron personas de 33 nacionalidades diferentes, entre otras: 73 andorranos, 44 británicos, 37 italianos y 36 alemanes (López; 2023).

<sup>45</sup><https://www.mundodeportivo.com/running/20231107/1002142089/15-datos-sorprendentes-behobia-san-sebastian.html#:~:text=13%2D%20Rango%20de%20edad.va%20de%2031%20a%2035>

En relación a esto, también es posible determinar el perfil psicográfico de los participantes y espectadores. Los participantes activos pueden verse influenciados por diversos factores a la hora de determinar su participación en esta carrera: (i) su afición por el running, siendo esta carrera una de las más conocidas entre aquellos sujetos inmersos en este deporte, (ii) motivos de superación personal, teniendo la Behobia un recorrido que destaca por su dificultad, (iii) factores de salud y bienestar, tanto físico como mental, siendo motivados al apuntarse a carreras a seguir practicando deporte, (iv) por el ambiente deportivo que se genera. De entre todos ellos, en su gran mayoría los sujetos destacan el increíble ambiente deportivo que se genera en la misma y las vistas a lo largo del recorrido. Es esto mismo lo que motiva principalmente a los participantes pasivos, que pueden ser, tal y como Ibarreta menciona, o bien acompañantes de los participantes, sujetos amantes del deporte o amantes del entorno que se genera (Gadea, s.f.).

Asimismo, se trata de sujetos con intereses elevados en la salud y el bienestar, en las actividades al aire libre, la conexión con la naturaleza y los eventos deportivos. Se trata de sujetos, en su mayoría, con un firme compromiso con el deporte, puesto que esta carrera requiere de una preparación previa, debido a su exigencia.

### **3.5. Impacto de la Behobia - San Sebastián como Evento Deportivo**

Los eventos deportivos, independientemente de su dimensión, tienen un impacto económico, social, cultural de proyección e imagen, e incluso medioambiental, motivado tanto por los participantes como por los espectadores.

La Behobia - San Sebastián es un evento deportivo organizado e impulsado por el sector privado, de manera que ni el Ayuntamiento de Donostia San Sebastián, ni la Diputación Foral de Gipuzkoa otorgan financiación alguna, aunque si conceden permisos, autorizaciones y licencias necesarias en relación, principalmente, a la circulación vial.

Para su financiación, la Behobia cuenta, por un lado, con la recaudación obtenida por distintos patrocinadores. Entre estos, algunos otorgan su apoyo incentivando la inscripción en la carrera; de manera que, por ejemplo, a aquellas personas que contraten los servicios de la empresa patrocinadora, les es reintegrado el precio del dorsal<sup>46</sup> o es subvencionado la ropa deportiva para los participantes y voluntarios<sup>47</sup>.

---

<sup>46</sup> <https://www.totalenergies.es/es/nuestra-actualidad/totalenergies-patrocinador-de-la-behobia>

<sup>47</sup> <https://www.diariovasco.com/deportes/atletismo/behobia-sansebastian/luanvi-vestira-corredores-behobia-san-sebastian-20220309144508-nt.html>

Por otro lado, la Behobia también obtiene ingresos a través del precio del dorsal que deben comprar aquellos participantes que desean formar parte de este evento.

En cuanto al impacto económico de este evento deportivo, por turista deportivo, se estima un gasto total de entre 400 y 600 euros, desglosados en: hospedaje (el precio por noche en los hoteles en Donostia el día del evento se estima en 200 euros), en alimentación (es posible estimar un gasto total para aquellos sujetos que desean pernoctar de 150 euros totales), en ocio (muchos de los turistas deportivos, tanto espectadores como participantes de la Behobia - San Sebastián, aprovechan el viaje para realizar visitas a diferentes museos), en transporte (los sujetos que no deben recorrer largas distancias para acudir el día del evento al lugar de celebración, se desplazan en transporte público, de manera que disminuyen los gastos de desplazamiento) y en material deportivo, si se trata de un turista deportivo activo (zapatillas, barritas, geles, equipamiento deportivo)<sup>48</sup>. Por lo tanto, la Behobia - San Sebastián genera beneficios económicos directos en el sector hotelero, hostelero y de ocio, en el de entretenimiento y en el comercio local<sup>49</sup>.

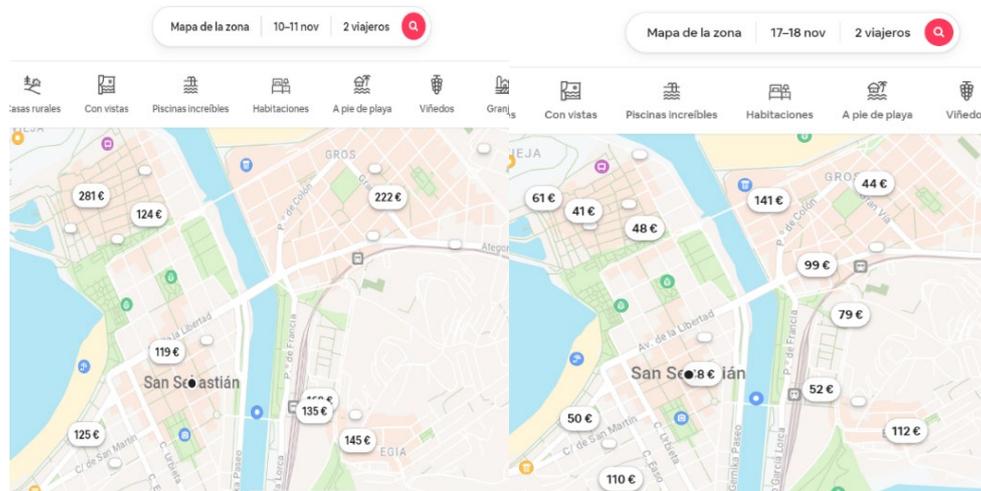
La carrera tiene su meta en San Sebastián, localidad con alto atractivo por sus playas, gastronomía, museos y parajes naturales. Estos atractivos animan a los participantes y espectadores del evento a combinarlo con sus vacaciones. Es más, el día anterior a la celebración de la Behobia se celebra la Behobia Txiki, carrera que pueden disputar los menores de entre 4 y 13 años, por categoría en atención a la edad. En el año 2023 participaron más de 2000 jóvenes, a pesar del temporal en esta Edición (Azurmendi; 2023). Y es que, este evento fomenta que los turistas deportivos que participan u observan la carrera viajen con la familia, para, con posterioridad, pernoctar en la localidad y disfrutar de los elementos reseñables y destacables de la misma. Si bien, hay que mencionar que los alojamientos el fin de semana de la celebración de este evento se elevan más del doble que en periodos regulares (ver Imagen 4).

---

<sup>48</sup><https://www.eitb.eus/es/television/programas/quedate-con-ane/videos/detalle/9351678/cuanto-dinero-se-gastan-de-media-y-corredores-de-behobiasan-sebastian/#:~:text=Este%20domingo%2C%2012%20de%20noviembre,unos%2025%20millones%20de%20euros.>

<sup>49</sup>¿Cuánto dinero se gastan de media las y los corredores de la Behobia-San Sebastián?  
<https://www.youtube.com/watch?v=U74nOz1pOOU>

Imagen 4: precio de alquiler vacacional la semana de celebración de la Behobia - San Sebastián



Fuente: Airbnb.es (s.f.)<sup>50</sup>

En la imagen de la izquierda es posible observar que el precio de los alojamientos el fin de semana de la celebración oscila entre 120 y 230 euros; mientras que la imagen de la derecha, que muestra el precio de los alquileres vacacionales la semana posterior, oscilan entre los 40 y los 145. Esto pone de manifiesto que el fin de semana de celebración de la Behobia - San Sebastián la demanda es tal, que el precio del alojamiento se encarece, aportando mayores ingresos de manera directa al sector hotelero y de alquileres vacacionales, y de manera indirecta a las arcas públicas.

Fernando Ibarreta, director ejecutivo y de producción de la Behobia- San Sebastián, afirma que cuando los participantes alcanzaban la cifra de 20.000, la Behobia - San Sebastián generaba un ingreso equivalente a quince millones de euros netos<sup>51</sup>. Actualmente tiene la capacidad de generar hasta 30 millones de euros, así lo afirma Ibarreta, de los cuales se benefician tanto el sector privado (comercio local, entretenimiento, hostelería, sector hotelero, etc) como el sector público (Ayuntamiento y Diputación) a través de la recaudación. Por lo tanto, podemos decir que la Behobia – San Sebastián tiene un impacto económico en el territorio en el que se celebra.

<sup>50</sup> [https://www.airbnb.es/?&c=pi0.pk65010786\\_2387395626&ghost=true&gad\\_source=1&gclid=Cj0KCQjw9vqyBhCKARIsAIIcLMEjo74ru8NRkapSAdJ34hFtEYWnFtdAQj3zKyOBahu8SJrHLFpP\\_msaAgYHEALw\\_wcB&gclid=aw.ds](https://www.airbnb.es/?&c=pi0.pk65010786_2387395626&ghost=true&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw9vqyBhCKARIsAIIcLMEjo74ru8NRkapSAdJ34hFtEYWnFtdAQj3zKyOBahu8SJrHLFpP_msaAgYHEALw_wcB&gclid=aw.ds)

<sup>51</sup> En el año 2013 generó en el entorno 14.860.953 euros, cerca de los 15 millones: 8.756.000 como gasto directo de participantes, organizadores y patrocinadores y 6.100.000 como efecto indirecto (El Diario Vasco; 2017).

Teniendo en cuenta este impacto económico y en atención a la teoría de Ortega e Izaguirre (2010), la Behobia - San Sebastián se puede calificar como un evento de prestigio y en atención a la teoría de Barajas, et. al. (2012), como evento deportivo de Tipo D2.

En relación al ámbito social, para lograr una Behobia más paritaria en 2025, se ha puesto en marcha el “*Reto 50/50/25*”. El objetivo de este reto consiste en lograr en la carrera popular de larga distancia alcanzar el 50% de participación de mujeres, en equilibrio con la de hombres. Para ello, entre otras acciones, los organizadores están llevando a cabo un análisis interno con cambios en las terminologías usadas con el objetivo de evitar la masculinización de los términos utilizados como “corredor”. De igual manera, realizan estudios de la mano de expertos para la preparación de las corredoras mediante entrenamientos generales y grupos de entrenamiento (Web Oficial de la Behobia - San Sebastian<sup>(e)</sup>; s.f.). Por otro lado, paralelamente a la Behobia - San Sebastian, el mismo día de su celebración, tiene lugar la Behobia - San Sebastian para personas con discapacidad. En la Edición 58<sup>a</sup>, en 2023, participaron 64 atletas con licencia atlética federada (Web Oficial Behobia - San Sebastian<sup>(f)</sup>; s.f.). Esta modalidad de la carrera permite sensibilizar a la sociedad, dar visibilidad a todo tipo de realidades y fomentar la práctica del deporte adaptado.

Finalmente, la Behobia-San Sebastián fomenta la participación ciudadana y el voluntariado, creando un sentido de comunidad y pertenencia, además de contribuir a forjar una identidad local fuerte. La Behobia-San Sebastián es vista como un símbolo de la perseverancia, el esfuerzo y la capacidad organizativa de la comunidad, aumentando el orgullo local. Sin olvidar que, la preparación y participación en la carrera motivan a muchas personas a adoptar estilos de vida más activos y saludables. Por lo tanto, podemos decir que la Behobia – San Sebastián tiene un impacto social en el territorio en el que se celebra.

Si analizamos el impacto en la proyección e imagen, la Behobia-San Sebastián posiciona a la provincia de Gipuzkoa y a la ciudad de Donostia/ San Sebastián en el mapa del turismo deportivo. La cobertura mediática y la presencia de corredores nacionales e internacionales contribuyen a la promoción de una imagen positiva de esta provincia, así como de la ciudad de Donostia/ San Sebastián, como un destino turístico atractivo y de referencia capaz de organizar, y acoger, eventos deportivos de calidad.

Por último, con respecto al impacto medioambiental, la Behobia - San Sebastián está concienciada con la sostenibilidad en general y con la medioambiental en particular. Por ello, trata de impulsar, a través de distintas medidas, algunos de los ODS de la Agenda 2030, entre los que se encuentran: una producción y consumo responsables (ODS 12), la acción por el clima (ODS 13) y la vida de ecosistemas terrestres (ODS 15). Para impulsar los anteriores ODS, el propio Reglamento de la Behobia solicita a los participantes que consuman con responsabilidad, que cuiden el entorno y el reciclaje a la hora de deshacerse de residuos tales como vasos, botellines o latas de bebida.

En este sentido, Fernando Ibarreta, director ejecutivo y de producción de la Behobia- San Sebastián, señala que uno de los elementos, si no el que más impacta en la sostenibilidad medioambiental en eventos deportivos de este tipo son las botellas de agua. Por ello, esta carrera fue pionera en acoger un sistema de agua de la red pública, tal y como se hace en países como Suecia, concretamente en la celebración de la media maratón de Gotemburgo. Dicho sistema consiste en la extracción de agua y su reparto en vasos biodegradables, de manera que, en el caso de que estos no sean desechados en las papeleras, se desintegren con facilidad y sin dañar al medio ambiente. Este sistema posibilitó la eliminación de la repartición de botellas de agua a lo largo del recorrido, y hasta que los corredores alcanzan la meta.

Con respecto al transporte público, aclara Fernando Ibarreta que una gran parte de los participantes que acuden a la Behobia – San Sebastián acuden en transporte público; por ejemplo, en tren o en bus. Si bien, es consciente de que esto no ocurre en otras carreras, como el Maratón de Valencia cuyos participantes usaron su vehículo particular para desplazarse hasta la ciudad que daba lugar a la carrera de larga distancia, seguido del tren y, finalmente, el avión.

Por lo tanto, podemos decir que la Behobia – San Sebastián trata de tener un impacto positivo, o al menos no incidir de manera negativa, en la sostenibilidad medioambiental del territorio en el que se celebra.

#### 4. CONCLUSIONES

El presente TFG nos ha permitido extraer las siguientes conclusiones:

1. La relación entre el deporte y el turismo tiene profundas raíces históricas, y en las últimas dos décadas, el turismo deportivo se ha consolidado como una disciplina clave gracias a la globalización, la mejora en los medios de transporte, el desarrollo de las redes sociales, la concienciación sobre un estilo de vida saludable y el deseo de explorar nuevos destinos turísticos.
2. Los eventos deportivos destacan como una categoría importante de turismo deportivo, generando un impacto significativo en los ámbitos económico, social y cultural. Los eventos deportivos benefician sectores como el hotelero, hostelero y cultural, y favorecen económicamente a los lugares anfitriones al generar ingresos directos e indirectos. Además, permiten a las localidades posicionarse competitivamente y mejorar su imagen, promoviendo un estilo de vida saludable y el intercambio cultural. Pero, además, el turismo deportivo también se puede utilizar como herramienta para fomentar la igualdad y la inclusividad.
3. No obstante, los eventos deportivos también pueden tener un impacto negativo, principalmente en el medio ambiente, debido a la sobreexplotación de recursos y la contaminación derivada del uso de transporte privado. Ello sin olvidar, la problemática que puede surgir de la concentración y afluencia masiva de turistas en un periodo corto de tiempo a un lugar determinado (vandalismo, acciones ilegales, rivalidad entre los asistentes, etc.). Por todo ello, un análisis previo detallado, combinado con una organización eficiente y una capacidad de respuesta ante circunstancias imprevistas, puede resultar en el éxito en la celebración de eventos deportivos.
4. La alianza entre el sector público y privado es clave para comprender y alinearse con las expectativas de los turistas deportivos.
5. España destaca como un destino de referencia para el turismo deportivo. Anualmente atrae a millones de viajeros y es sede de numerosos eventos deportivos. La Behobia - San Sebastián, una carrera popular histórica organizada por el Club Deportivo Fortuna, es un evento deportivo que ejemplifica este fenómeno. Se celebra en Gipuzkoa, salida en el río Bidasoa hacia Irún y finaliza en la ciudad de Donostia- San Sebastián. Anualmente atrae a aproximadamente, 30,000 atletas y más de 100,000 espectadores, generando un impacto económico

en el territorio tanto para el sector privado (hospedaje, hostelería, entretenimiento, etc.) como para el sector público (Ayuntamiento y Diputación).

6. El perfil del turista deportivo activo de la Behobia- San Sebastián es predominantemente varón, español, concretamente guipuzcoano, de 45 años en adelante, el cual ha disputado la carrera anteriormente. Este sujeto, al igual que el turista deportivo pasivo, se ve envuelto en un entorno inigualable y emocionante y un recorrido con vistas impactantes. Bien es cierto, que, en muchas ocasiones, se supera a sí mismo, tanto mental, como físicamente.
7. La Behobia-San Sebastián fomenta la participación ciudadana y el voluntariado, creando un sentido de comunidad y pertenencia, además de contribuir a forjar una identidad local fuerte. Además, promueve la igualdad de género, así como la inclusión y la visibilidad de personas con discapacidad. Sin olvidar que, la preparación y participación en la carrera motiva a muchas personas a adoptar estilos de vida más activos y saludables. Por lo tanto, podemos concluir que la Behobia – San Sebastián tiene un impacto social en el territorio en el que se celebra.
8. La Behobia - San Sebastián, tiene un impacto positivo en la imagen del territorio al posicionar a Gipuzkoa y a Donostia/San Sebastián en el mapa del turismo deportivo. La cobertura mediática y la participación de corredores nacionales e internacionales proyectan una imagen positiva como destino turístico atractivo y capaz de organizar eventos deportivos de calidad.
9. La Behobia - San Sebastián tiene un compromiso con la sostenibilidad medioambiental al implementar medidas que la favorecen, como el uso de agua de la red pública y vasos biodegradables para reducir el uso de botellas de plástico. Señalar que, además, fomenta el uso de transporte público entre los participantes, alineándose con varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, y demostrando un compromiso con la protección del medio ambiente.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

Agencia Catalana de Turismo. (2022). *Narcís Ferrer: “El legado del I Congreso Mundial de Turismo Deportivo nos debe ayudar a definir la estrategia de turismo deportivo de Cataluña”*. Disponible en: <https://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2022/07/NP-Conclusiones-WSTC-21.pdf>

Anthony, D. W. J. (1966). *Sport and tourism*.

Azurmendi, I. (2023). *Más de 2000 jóvenes disfrutan de la Behobia Txiki*. Disponible en: <https://www.noticiasdegipuzkoa.eus/fotos/2023/11/11/2-000-jovenes-disfrutan-behobia-7498548.html>

Benseny, G. (2006). El espacio turístico litoral. *Aportes y transferencias*, 10(2), 102-122. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/324/>

Blázquez, A. (2001). *La visión general de los eventos deportivos*. CEXFOD.

Britapaz Avarez, L., y Díaz, J. D. V. (2015). Significado del deporte en la dimensión social de la salud. *Salus*, 19, 28-33. Disponible en: [https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1316-71382015000400006](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-71382015000400006)

Caja Rural de Navarra. (2022). *Behobia - San Sebastián, así es como la vivimos*. Disponible en: <https://blog.cajaruraldenavarra.com/eu/behobia-san-sebastian-asi-es-como-la-vivimos/>

Círculo de gestores deportivos de Madrid (2023). *España impulsa el turismo deportivo y la movilidad sostenible con una inversión millonaria en la sensorización de carriles bici*. Disponible en: <https://www.circulodegestores.com/blog/espana-impulsa-el-turismo-deportivo-y-la-movilidad-sostenible-con-una-inversion-millonaria-en-la-sensorizacion-de-carriles-bici?elem=304285#:~:text=Deportivos%20de%20Madrid-.Espana%20impulsa%20el%20turismo%20deportivo%20y%20la%20movilidad%20sostenible%20con,la%20sensorizaci%C3%B3n%20de%20carriles%20bici.&text=El%20uso%20de%20la%20bicicleta,personas%20que%20la%20utilizan%20habitualmente>

COI. (s.f.) *International Olympic Committee*. <https://olympics.com/ioc/overview>

Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (2008) Atletismo, las carreras. *CONADE*, 1ª Edición, enero, 2008. Disponible en: <https://conadeb.conade.gob.mx/Documentos/Publicaciones/Atletismo%20Carreras.pdf>

Consejo de Europa (2021). *Revised European Sport Charter*. <https://rm.coe.int/revised-european-sports-charter-web-a6/1680a7534b>

Cuadros, V., Alejandro, W., Ramírez, Z. y Aida. A. (2021). Impactos del turismo deportivo y medidas para su manejo sostenible. *Universidad peruana de Ciencias Aplicadas*.

Datosmacro.com (s.f.). *España- Turismo internacional*. Disponible en: <https://datosmacro.expansion.com/comercio/turismo-internacional/espana>

De la Torre, J. Á., y Muñoz, D. R. T. (2013). Riesgo y percepción en el desarrollo de la imagen turística de Brasil ante los mega-eventos deportivos. *PASOS. Revista de Turismo y patrimonio cultural*, 11(3), 147-154. Diponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/881/88128048014.pdf>

Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco, Dirección de Actividad Física y Deporte (2022). *La encuesta de hábitos deportivos en la CAPV*. Disponible en:

[https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/berdintasuna\\_sarrera/es\\_def/adjuntos/2022\\_Informe-Habitos-Deportivos-CAPV.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/berdintasuna_sarrera/es_def/adjuntos/2022_Informe-Habitos-Deportivos-CAPV.pdf)

Diputación Foral de Gipuzkoa<sup>(a)</sup> (s.f.). *Clubes y equipos*. Disponible en: <https://kirolak.gipuzkoa.eus/es/clubes-y-equipos.asp>

Diputación Foral de Gipuzkoa<sup>(b)</sup> (s.f.) *Clubes y equipos. Atletismo*. Disponible en: <https://kirolak.gipuzkoa.eus/es/clubes-y-equipos.asp?deporte=atletismo>

Einsle, C. S., & Escalera Izquierdo, G. (2024). *El Turismo Deportivo ¿Dinamizador económico post COVID?*. Disponible en: <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/89161/ESHPA-8-1-008-Einsle-2024-Turismo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Eizaguirre, O., et.al. (2024). Young women's leisure time physical activity determinants: a mixed methods approach. *Sec. Gender, Sex and Sexualities, Vol. 15- 2024*. Disponible en: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1281681>

El Diario Vasco. (2020). *El CD Fortuna organiza la primera edición de la Behobia-San Sebastián en formato virtual*. Disponible en: <https://www.diariovasco.com/deportes/atletismo/behobia-sansebastian/fortuna-behobia-sansebastian-carrera-coroanavirus-20200714152417-nt.html>

El Diario Vasco<sup>(a)</sup>. (2022). *Los puntos de avituallamiento para ayudar al corredor*. Disponible en: <https://www.diariovasco.com/deportes/atletismo/behobia-sansebastian/seis-puntos-avituallamiento-20221110113448-nt.html>

El Diario Vasco<sup>(b)</sup> (2022) . Luanvi vestirá a los corredores de la Behobia-San Sebastián en las próximas tres ediciones. Disponible en: <https://www.diariovasco.com/deportes/atletismo/behobia-sansebastian/luanvi-vestira-corredores-behobia-san-sebastian-20220309144508-nt.html>

El Diario Vasco (2017). *La huella de la Behobia-San Sebastián deja unos ingresos en Gipuzkoa superiores a los 15 millones de euros*. Disponible en: <https://www.diariovasco.com/deportes/atletismo/behobia-sansebastian/huella-behobiasan-sebastian-20171111203927-nt.html>

Exceltur (s.f.). *PIB Turística español*. Disponible en: <https://www.exceltur.org/pib-turistico-espanol/>

Fortuna Kirol Elkarte, Club deportivo (s.f.). *Historia del Club*. Disponible en: <https://www.cdfortunake.com/es/club-deportivo-fortuna/historia-del-club>

Fuentes, A. (2016). Aproximación teórica del objeto de estudio del turismo. *Siembra, Vol. 3, n° 1*.

Gadea, R. (s.f.). *¿Vale la pena correr la Behobia?*. Disponible en: <https://www.sanusvitae.es/blog-por-que-correr-behobia/>

García, E. y Rebollo, S. (1994). Un nuevo campo de actuación: turismo deportivo. *Revista motricidad, n° 1*. pp. 71-76

Gibson, H. J. (1998). Sport Tourism: a Critical Analysis of Research. *Sport Management Review, 1*, pp.45-76.

Gómez, D. y Martín, C. (2019). Los impactos del turismo en España; diferencias entre destinos de sol y playa y destinos de interior. *Cuadernos de turismo, n°43*, 325-347. Disponible en: [file:///C:/Users/acer/Downloads/ramongm,+13+CUADERTURIS43\\_WEB.pdf](file:///C:/Users/acer/Downloads/ramongm,+13+CUADERTURIS43_WEB.pdf)

Gómez, J.L. (2020). *Turismo deportivo en España. Orientación en turismo de maratones*. Universidad Isabel I. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/349119827\\_TFG\\_Turismo\\_deportivo\\_en\\_Espana\\_Orientacion\\_en\\_turismo\\_de\\_maratones](https://www.researchgate.net/publication/349119827_TFG_Turismo_deportivo_en_Espana_Orientacion_en_turismo_de_maratones)

Gonzalez, R.-J. (2018). El fútbol como potenciador de turismo deportivo. *Revista de ciencias económicas, jurídicas y administrativas, Vo. 1, n°1*.

González, A. (2008). Rasgos caracterizadores del turismo activo y turismo deportivo e importancia económico-social y estructural de nuevas formas emergentes. *Acción motriz, tu revista científica digital, n°1*.

Granero, A. (2007) Una aproximación conceptual y taxonómica a las actividades físicas en el medio natural. *Revista Digital, 107*. Disponible en: <https://efdeportes.com/efd107/aproximacion-conceptual-y-taxonmica-a-las-actividades-fisicas-en-el-medio-natural.htm>

Gratton, C., Dobson, N. y Shibli, S. (2000). The economic importance of major sport events: a case-study of six events. *Managing Leisure, n°5*, 17-28.

GrupoEitb. (2023) *¿Cuánto dinero se gastan de media las y los corredores de la Behobia - San Sebastián?* Disponible en: <https://www.eitb.eus/es/television/programas/quedate-con-ane/videos/detalle/9351678/cuanto-dinero-se-gastan-de-media-y-corredores-de-behobiasan-sebastian/#:~:text=Este%20domingo%2C%2012%20de%20noviembre.unos%2025%20millones%20de%20euros.>

Guan, Z. y Zhang, L. (2024). The Study for the Analysis of the Development trend of sports tourism. *Academic Journal of Science and Technology, 9 (1)*, 263-265.

Guinea, L. (2019). *Tras la estela de Muguerza*. Diario de Navarra. Disponible en: [https://www.diariodenavarra.es/noticias/deportes/mas\\_deporte/tras\\_estela\\_muguerza\\_49972\\_1026.html](https://www.diariodenavarra.es/noticias/deportes/mas_deporte/tras_estela_muguerza_49972_1026.html)

Gutierrez, O. , Gassiot, A. y Martín, L. (2023). Impacto del turismo deportivo sobre la masa social y la economía de un club de fútbol. El caso del F.C. Barcelona. *Revista Investigaciones Turísticas, n° 26 (2023)*, 183-206. DOI: <https://doi.org/10.14198/INTURI.23073>

Hall, C.M. y Weiler, B. (1992). Adventure, sports and health. *Special interest tourism*. Belhaven Press, pp.141-158. En Latiesa, M. y Paniza, J.L. (2006). Turistas deportivos. Una perspectiva de análisis. *Revista Internacional de Sociología, vol. LXIV, n° 44*.

Hitch, T.D. y Higham, J.E.S (2001). Sport tourism: a Framework for Research. *International Journal of Tourism Research, n°3*, pp.45-58. Disponible en: [https://download.clib.psu.ac.th/datawebclib/e\\_resource/trial\\_database/WileyInterScienceCD/pdf/JTR/JTR\\_3.pdf](https://download.clib.psu.ac.th/datawebclib/e_resource/trial_database/WileyInterScienceCD/pdf/JTR/JTR_3.pdf)

Ibáñez, R.M. (2011). Globalización en el turismo: importancia y retos del turismo deportivo, contexto nacional e internacional. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible. Vol.4, n°11*.

Iberdrola (s.f.). *La sostenibilidad llega al mundo del deporte*. Disponible en: <https://www.iberdrola.com/compromiso-social/deporte-sostenible#:~:text=El%2085%20%25%20de%20las%20emisiones,de%20medio%20mill%C3%B3n%20de%20hogares>

INE (2022) *Ejercicio físico regular y sedentarismo en el tiempo libre por tipo de ejercicio, CCAA y periodo*. Disponible en:

<https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t00/ICV/dim3/10/&file=33301.px>

Jafari, J. (2001). Encyclopedia of tourism. *Routledge World Reference*.

Jiménez, P. (2023). Nuevas perspectivas sociales de los Juegos Olímpicos: el Turismo. *CAFYD: portal de las Ciencias de la Actividad Física y del Deporte*.  
<https://www.cafyd.com/olimpturismo.pdf>

Kurtzman, J. y Zauhar, J. (2003). A wave in time- The Sports Tourism Phenomena. *Journal of Sport Tourism, Vol. 8, n°1*. pp. 35-47. Disponible en:  
<https://tashfeen.pbworks.com/f/Sports%20Tourism%20Phenomena%20-%20Briefing.pdf>

La Moncloa (2024). *Visita a las obras del nuevo edificio en Madrid*. Disponible en:  
<https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria-turismo/paginas/2024/220224-hereu-onu-turismo.aspx>

Latiesa, M. y Paniza, J.L. (2006). Turistas deportivos. Una perspectiva de análisis. *Revista Internacional de Sociología, vol. LXIV, n° 44*. Disponible en:  
<https://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/view/31/31>

Ley 2/2023, de 30 de marzo, de la actividad física y del deporte del País Vasco, exposición de motivos. Disponible en:

<https://www.euskadi.eus/web01-bopv/es/bopv2/datos/2023/04/2301837a.pdf>

López, M. (2021). *Repercusión económica y social del turismo deportivo para la ciudad: bases, modelos e indicadores*. Disponible en:  
<https://burjcdigital.urjc.es/bitstream/handle/10115/18855/Tesis%20Maria%20I.%20Lopez%20Jimenez%20.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

López, K. (2023). *Participantes de la Behobia- San Sebastián 2023, por provincia*. El Diario Vasco. Disponible en: <https://www.diariovasco.com/deportes/atletismo/behobia-sansebastian/gipuzkoa-remonta-behobiasan-sebastian-2023-20231107063931-nt.html>

Marca (s.f.) *El museo más rentable: el del Santiago Bernabéu*. Disponible en:  
<https://www.marca.com/futbol/real-madrid/2019/06/28/5d164a6f268e3e1f668b45c0.html>

Martos-Fernández, P. (2003). “*Aproximación al deporte en la sociedad actual*”. En Masia, J. y Montero, D. (2011). Ocio, Deporte y Turismo. Situación actual y líneas de negocio. *Esporte e Sociedade, Ocio, deporte y turismo, ano 5, n°16*.

Ministerio de Cultura y deporte (2023). *Anuario de estadísticas deportivas, 2023*. Disponible en: <https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:c623c493-de28-4973-8f8a-62ed8b8f9b03/aed-2023.pdf>

Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes (2023). *El CSD publica ayudas para la mejora y optimización de las instalaciones deportivas para el fomento del turismo deportivo sostenible*. Disponible en: <https://www.csd.gob.es/es/el-csd-publica-ayudas-para-la-mejora-y-optimizacion-de-las-instalaciones-deportivas-para-el-fomento-del-turismo-deportivo>

Ministerio de Educación, Formación profesional y Deportes (2024). *Rodríguez Uribes reivindica la importancia del turismo deportivo en Fitur*. Disponible en: <https://www.csd.gob.es/es/rodriguez-uribes-reivindica-la-importancia-del-turismo-deportivo-en-fitur>

Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones (s.f.). *Las carreras populares, un hábito más que saludable*. Disponible en: <https://www.inclusion.gob.es/web/cartaespana/-/las-carreras-populares-un-habito-mas-que-saludable>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2021). *Estrategia de sostenibilidad turística en destinos*. Disponible en: [https://turismo.gob.es/es-es/Novedades/Documents/0Estrategia\\_Sostenibilidad\\_Turistica\\_Destinos.pdf](https://turismo.gob.es/es-es/Novedades/Documents/0Estrategia_Sostenibilidad_Turistica_Destinos.pdf)

Ministerio para la transición ecológica y el reto demográfico (2020). *Plan nacional integrado de energía y clima 2021-2030, estudio ambiental estratégico y declaración ambiental estratégica*. Disponible en: [https://www.miteco.gob.es/content/dam/miteco/es/cambio-climatico/planes-y-estrategias/pniec\\_eae\\_dea\\_tcm30-521885.pdf](https://www.miteco.gob.es/content/dam/miteco/es/cambio-climatico/planes-y-estrategias/pniec_eae_dea_tcm30-521885.pdf)

Moreno, F. (2015). El turismo deportivo como objeto de conocimiento. *Revista Turismo y Desarrollo Local, Vol.8, n°18*.

Mujica, F. (2022). *Deporte y filosofía. Para un entendimiento del Homo deportivus*. Isidora Sesnic, 1ª Edición.

Observatorio Fundación España Activa, Centro de Estudios del Deporte (2020). *Estudio del impacto del Covid-19 sobre el ecosistema del deporte español*. Disponible en: [https://espanaactiva.es/wp-content/uploads/2020/06/Informe\\_estudio\\_FEA\\_ADESP\\_CSD\\_impacto\\_covid19\\_compressed.pdf](https://espanaactiva.es/wp-content/uploads/2020/06/Informe_estudio_FEA_ADESP_CSD_impacto_covid19_compressed.pdf)

OMT (UNWTO), (2023). Nota de prensa: “*Nuevos datos apuntan a una recuperación total del turismo con un vigoroso arranque en 2023*”. Disponible en: [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-05/230509-unwto-barometer-es.pdf?VersionId=feZyIQ1\\_VpE8MGln.f29tLq5ueLI7kPX](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-05/230509-unwto-barometer-es.pdf?VersionId=feZyIQ1_VpE8MGln.f29tLq5ueLI7kPX)

OMT (UNWTO), (2024). Nota de prensa: “*El turismo internacional alcanzará en 2024 los niveles registrados antes de la pandemia*”. Disponible en: [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-01/240119-unwto-barometer-international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024-es%20%282%29\\_0.pdf?VersionId=y3oDKdX2D.Cq7S0x\\_oYJOtuPCkHdmEUG](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-01/240119-unwto-barometer-international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024-es%20%282%29_0.pdf?VersionId=y3oDKdX2D.Cq7S0x_oYJOtuPCkHdmEUG)

ONU Turismo<sup>(a)</sup> (s.f.) *Glosario de términos de turismo*. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

ONU Turismo <sup>(b)</sup> (s.f.) *Sobre ONU Turismo*. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/acerca-de-onu-turismo>

ONU Turismo.<sup>(c)</sup> (s.f.). *Nuestra historia*. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/omt-historia>

ONU Turismo. (s.f.). *UN Tourism Recovery Tracker*. Disponible en: <https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-recovery-tracker>

ONU Turismo (2021). *El Primer Congreso Mundial de Turismo Deportivo: el papel del deporte para la recuperación turística y su contribución a la Agenda 2030*. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/news/el-primer-congreso-mundial-de-turismo-deportivo-el-papel-del-deporte-para-la-recuperacion-turistica-y-su-contribucion-a-la-agenda-2030>

ONU Turismo (2023). *2º Congreso Mundial de Turismo Deportivo*. Disponible en: [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-01/240119-unwto-barometer-international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024-es%20%282%29\\_0.pdf?VersionId=y3oDKdX2D.Cq7S0x\\_oYJOtuPCkHdmEUG](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-01/240119-unwto-barometer-international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024-es%20%282%29_0.pdf?VersionId=y3oDKdX2D.Cq7S0x_oYJOtuPCkHdmEUG)

Ortega, C. e Izaguirre, M. (2010). Los eventos: funciones y tendencias. *Documentos de Estudios de Ocio, n° 39*.

- Ospina, D. (2024). *Turismo deportivo: tendencias 2024*. Disponible en: <https://www.linkedin.com/pulse/turismo-deportivo-tendencias-2024-dagoberto-ospina-sihcc/>
- Palco23 (2018). *La Rafa Nadal Academy doblará su tamaño para abrirse al turismo deportivo*. Disponible en: <https://www.palco23.com/equipamiento/la-rafa-nadal-academy-doblara-su-tamano-para-abrirse-al-turismo-deportivo>
- Palco23 (2019). *El Circuito de Barcelona- Catalunya alcanzó los 576.981 espectadores en 2019, un 3% más que el año anterior*. Disponible en: <https://www.palco23.com/competiciones/el-circuito-de-barcelona-catalunya-alcanzo-los-576891-espectadores-en-2019-un-3-mas-que-ano-anterior>
- Pérez, I. (2024). *La Behobia-San Sebastián bate récords y agota casi 17.000 dorsales en seis horas para noviembre*. Runner's World. Disponible en: <https://www.runnersworld.com/es/noticias-running/a60728112/behobia-san-sebastian-bate-record-agota-casi-20000-dorsales-seis-horas/>
- Pousada, I. y Urdampilleta, A. (2012). Gestión de los grandes eventos deportivos y su alto nivel de repercusión social. *Revista Digital. Buenos Aires, n°169*.
- Ramírez, R. (2006). *Definición del turismo. Venezuela, conciencia, turismo y desarrollo*.
- Requena, K. E., y Muñoz, J. F. (2006). El turismo e internet, factores de desarrollo en países subdesarrollados. Caso: Venezuela. *Actualidad Contable FACES, 9 (12)*, 118-131. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/257/25701212.pdf>
- RFEA (2023). *Reglamento de Competiciones de la RFEA*. Disponible en: <https://atletismorfea.es/sites/default/files/202403/Reglamento%20de%20Competici%C3%B3n.pdf>
- Rodríguez, N. (2023). *El 48% de los participantes en la Behobia- San Sebastián son debutantes*. Disponible en: <https://www.noticiasdegipuzkoa.eus/deportes/2023/11/07/48-participantes-behobia-san-sebastian-7481654.html>
- Ruiz, A., Argiro Muñoz, E., y Mesa, R. J. (2010). The economic salience of sports in colombia: A satellite accounts methodology. *Lecturas de Economía, (72)*, 141-167. Disponible en: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S012025962010000100006&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S012025962010000100006&script=sci_abstract&tlng=pt)
- Runedia (2023). *15 datos sorprendentes de la Behobia - San Sebastián*. Disponible en: <https://www.mundodeportivo.com/running/20231107/1002142089/15-datos-sorprendentes-behobia-san-sebastian.html#:~:text=La%20Behobia%20San%20Sebasti%C3%A1n%20no,sino%20una%20experiencia%20de%20vida.>
- Sánchez Bergara, S., Leal Londoño, M. D. P., Medina, F. X., Mansilla, J. A., Travé Molero, R., & Milano, C. (2018). Sport Tourism as a driver for cultural and territorial identity: reflections on the methodological aspects of a research in progress. *International Journal of Scientific Management and Tourism, vol. 4 (1)*, 485-494.
- Sánchez, M.I., Conceição, L.C., Lucas, M.R. y Noronha, A. (2021). *Social Innovation and Entrepreneurship in the Fourth Sector: sustainable Best-Practices from Across the World*. Springer.

Secretaría General del Ministerio de Industria, energía y turismo. (2012) *Plan nacional e integral de turismo (2012-2015)*. Disponible en: <https://turismo.gob.es/es-es/servicios/Documents/Plan-Nacional-Integral-Turismo-2012-2015.pdf>

Seggitur (s.f.). *Ejes de actuación*. Disponible en: <https://www.segittur.es/ejes-de-actuacion/>

Seggitur (2023). *Análisis del estado de arte en el ámbito del turismo deportivo en España*. Disponible en: <https://www.segittur.es/wp-content/uploads/2024/01/11.-DEPORTIVO-E01.-ANALISIS-DEL-ESTADO-DEL-ARTE.pdf>

Statista (2022). *Porcentaje de individuos que practicó running en España de 1996 a 2021*. Disponible en:

<https://es-statista-com.ehu.idm.oclc.org/estadisticas/569559/evolucion-del-porcentaje-de-individuos-que-practicaron-running/>

Statista (2019). *Número de residentes en España por motivos deportivos de 2009 a 2014, por género*. Disponible en:

<https://es-statista-com.ehu.idm.oclc.org/estadisticas/515060/viajes-por-motivos-deportivos-de-residentes-en-espana-por-genero/>

Statista (2018) *Comunidades autónomas en las que los corredores aficionados cubrieron más kilómetros de media por sesión de entrenamiento en España en 2018*. Disponible en: <https://es.statista.com/estadisticas/514177/provincias-en-las-que-los-corredores-aficionados-cubrieron-mas-kilometros-de-media-por-entrenamiento-espana/>

Standeven, J. y De Knop, P. (1998). *Sports Tourism*. Human Kinetics Publishers.

Tadini, R., Ruiz de León, C., Gandara, J.M. y Sacramento, E.C. (2021). Eventos deportivos y turismo: revisión sistemática de la literatura. *Revista Investigaciones Turísticas*, n°21, 22-45.

Terol, D. (2023). *The contribution of Sports to Tourism and Economy throughout the history of Spain*. Universidad Rey Juan Carlos. Disponible en: <https://burjcdigital.urjc.es/bitstream/handle/10115/22966/2022-23-FCEE-JL-2010-2010036-d.terol.2019-MEMORIA.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>

TotalEnergies (2022). *TotalEnergies, patrocinador de la Behobia*. Disponible en: <https://www.totalenergies.es/es/nuestra-actualidad/totalenergies-patrocinador-de-la-behobia>

Tourinews (2024). *“Cada día vemos más clientes jóvenes que están apostado por viajes organizados”*. Disponible en: [https://www.tourinews.es/empresas-turismo/tui-iberia-eduard-bogatyr-viajes-organizados-jovenes\\_4479780\\_102.html](https://www.tourinews.es/empresas-turismo/tui-iberia-eduard-bogatyr-viajes-organizados-jovenes_4479780_102.html)

Turismo Euskadi. *Carrera popular Behobia - San Sebastián*. Disponible en: <https://turismo.euskadi.eus/es/agenda/carrera-popular-behobia-san-sebastian/aa30-evento/es/>

Web Oficial de la Behobia - San Sebastián<sup>(a)</sup>. (s.f.) *Historia*. Disponible en: <https://www.behobia-sansebastian.com/es/bss/historia>

Web Oficial de la Behobia - San Sebastián<sup>(b)</sup>. (s.f.) *Recorrido*. Disponible en: <https://www.behobia-sansebastian.com/es/bss/historia>

Web Oficial de la Behobia - San Sebastián <sup>(c)</sup> (s.f.). *Clasificaciones oficiales B/SS*. Disponible en: [https://clasificacion.behobia-sansebastian.com/oficial.php?accion=buscar&paginacion=&siguiente=&tipo=1&lang=es&primer\\_anio\\_con\\_dato\\_sexo=2014&ano=2023&categoria=&sexo=&nombre=&apellido=&localidad=&dorsal=&buscar=Buscar#ancla](https://clasificacion.behobia-sansebastian.com/oficial.php?accion=buscar&paginacion=&siguiente=&tipo=1&lang=es&primer_anio_con_dato_sexo=2014&ano=2023&categoria=&sexo=&nombre=&apellido=&localidad=&dorsal=&buscar=Buscar#ancla)

Web Oficial de la Behobia – San Sebastián<sup>(d)</sup> (s.f.). *Política de privacidad*. Disponible en: <https://www.behobia-sansebastian.com/es/politica-privacidad>

Web Oficial de la Behobia- San Sebastián<sup>(e)</sup> (s.f.). *¿Qué es B/SS 50/50/25?* Disponible en: <https://bss505025.behobia-sansebastian.com/es/inicio>

Web Oficial de la Behobia – San Sebastián<sup>(f)</sup> (s.f.). *B/SS Personas con discapacidad*. Disponible en: <https://www.behobia-sansebastian.com/es/otras-carreras-bss/bss-personas-con-discapacidad>

Web Oficial de la Behobia – San Sebastián<sup>(a)</sup> (2024). *Un máximo de 27.000 participantes y un pequeño cambio de recorrido*. Disponible en: <https://www.behobia-sansebastian.com/es/noticias/b-ss-2024-un-maximo-de-27-000-participantes-y-un-pequeno-cambio-de-recorrido>

Web Oficial de la Behobia – San Sebastián<sup>(b)</sup> (2024). *Agotadas las inscripciones*. Disponible en: <https://www.behobia-sansebastian.com/es/noticias/agotadas-las-inscripciones>

Web Oficial de la Behobia – San Sebastián (2023). *58ª Behobia- San Sebastián*. Disponible en: <https://www.behobia-sansebastian.com/es/noticias/58-behobia-san-sebastian-ganadores>

Web Oficial Unión Europea (2024). *Last Surveys & Publications*. Disponible en: <https://europa.eu/eurobarometer/screen/home>

Weed, M. y Bull, C. (2004). *Sports Tourism: Participants, Policy and Providers*, Oxford, Elsevier, pp. 123-134.

Wilson, R. (2006). The economic impact of local sport events: significant, limited or otherwise? A case study of four swimming events. *Managing Leisure*, n<sup>o</sup>11, 57-70.

Yfantidou, G., et.al. (2010). Psychological needs as determinants of engagement in sports tourism. *Exercise and quality of life*, Vol. 2, n<sup>o</sup>2, 1-11.

10Runnea (2024). *Inscripciones Behobia - San Sebastián 2024*. Disponible en: <https://www.runnea.com/carreras-populares/behobia-san-sebastian/inscripciones.html>

## 6. ANEXO

Entrevista a Fernando Ibarreta, actual director ejecutivo y de producción de la Behobia- San Sebastián y productor ejecutivo en el Club Deportivo Fortuna La entrevista se realizó el día 28/05/2024 telemáticamente y tuvo una duración de una hora. A continuación, se transcribe la entrevista:

**1. Fernando, actualmente eres director ejecutivo de la Behobia - San Sebastián, pero, ¿cuáles son tus tareas dentro del equipo organizativo de este evento deportivo?**

*“Primero de todo, me gustaría destacar que la Behobia es un equipo conformado por diferentes personas. El productor ejecutivo es aquel que podríamos denominar “conseguidor”, aquel que obtiene la financiación necesaria, productos y/o servicios y esponsorización. No obstante, también hay otras figuras dentro del equipo, como lo son el coordinador, quien se ocupa de los aspectos técnicos, obtención de permisos, gestión de incidencias, etc. Además, se encuentran quienes se encargan de las relaciones públicas, medios de comunicación, organización de la Behobia Txiki, búsqueda de voluntarios, etc. Algunas de estas figuras trabajan durante todo el año, en tanto otras se van incorporando a medida que se acerca la fecha de celebración.”*

**2. La Behobia - San Sebastián tiene lugar en diferentes zonas de Gipuzkoa, ¿crees que se trata de una provincia destacable por su oferta deportiva?**

*“Probablemente sea, siendo una provincia pequeña, aquella que tiene algunos de los mejores eventos deportivos de España. Esto es debido a la existencia de una tradición organizativa que tiene su origen hace más de cien años. En Gipuzkoa el deporte está muy integrado en la gente. Por ejemplo, a la Zegama Aizkorri acuden más de 30.000 personas y es destacable como una de las 3 mejores maratones de montaña del mundo; destacable por su circuito. Otro gran ejemplo es la Behobia - San Sebastian, carrera popular histórica. De hecho, estas carreras son organizadas desde el sector privado, no son organizadas por los ayuntamientos.”*

**3. Concretamente la Behobia - San Sebastián, por lo que he podido observar, tiene aproximadamente un 65% de corredores de carácter lúdico. Por ello, me gustaría preguntarte si en algún momento habéis considerado que esta se convierta en una media maratón oficialmente reglada por la Real Federación Española de Atletismo.**

*“Nunca se nos ha pasado por la cabeza. Esta carrera nunca ha estado reglada; cuando se organizó, se planteó que midiese aproximadamente 20 kilómetros, pero no existen jueces, ni la distancia está estipulada reglamentariamente. Aquel que gana se lleva la Txapela, y el honor de haber ganado la Behobia - San Sebastián. Es más, actualmente, aquellos corredores federados que cobren becas no pueden correr esta carrera.”*

**4. Dentro de los diferentes tipos de turismo deportivo se encuentran los eventos deportivos. Una de las características que destaca es la incertidumbre. Concretamente, en relación con esto, en la Behobia - San Sebastián, ¿sabéis previamente cada año una aproximación de los participantes que va a haber?**

*“Antes se hacían los cronometrajes individualmente a cada corredor, sin aparatos que facilitasen tal trabajo. Sin embargo, cuando surgió el chip y el cronometraje electrónico, el cual se instala en la zapatilla, fue posible acoger a más corredores en esta carrera. Así, progresivamente fueron aumentando los corredores. En la actualidad, existe una mayor demanda que oferta en la participación de esta carrera, por lo que sí sabemos previamente cuántas personas correrán, aspecto de gran importancia, sobre todo para poder tener un correcto control sanitario.”*

**5. ¿Existe algún otro aspecto que os genere incertidumbre o que haya llegado a ser inesperado?**

*“Uno de los aspectos esenciales para el éxito organizativo de una carrera es el sanitario. Un día de calor, por ejemplo, el riesgo de que los participantes requieran de asistencia sanitaria es mayor. Por ejemplo, el maratón de Nueva York tiene más demanda que oferta. Sin embargo, no puede ofrecer más inscripciones, por los peligros sanitarios que podría llegar a suponer. En concreto, en la Behobia, en una edición en la que las temperaturas fueron elevadas, alcanzando los 28°, se colapsaron los recursos de urgencias sanitarias, y han ocurrido muertes en algunas Ediciones. Por ello, es inherente hacer labores de prevención y los participantes deben aprender a interpretar las señales que les da el cuerpo.”*

**6. ¿Cuáles son ejemplos de desafíos que habéis tenido que enfrentar?**

*“Al margen de las altas temperaturas de algunas carreras, las elecciones en el año 2019 coincidieron con el centenario de la Behobia - San Sebastián. La carrera pasaba por una carretera que afectaba a colegios electorales. Hubo una alarma de los ayuntamientos, por lo que se tuvo que desarrollar una idea, ya llevada a cabo en el Maratón de Berlín y Boston, de manera que se crea un Bypass con unas cuerdas, se bifurca la carretera, por un lado, y se para por otro, creando un espacio transitorio, pudiendo pasar incluso los coches, de manera que el tránsito no sea obstaculizado. Logramos llevarla adelante, pero todo esto lo hicimos mientras la carrera estaba llevándose a cabo, con los desafíos que esto conlleva.”*

**7. Otra característica propia de los eventos deportivos es el alto nivel de contacto personal. En relación al contacto entre participante y espectador, ¿crees que este es estrecho y que ambas partes contactan de manera directa? ¿Anualmente, suelen acudir muchos espectadores?**

*“El gran secreto de los eventos deportivos es que, aquel que participa, no solamente corre la carrera, sino que también tiene una experiencia que trasciende más haya de esta. La gente, corre porque se trata de una carrera atractiva en cuanto a sus paisajes, empezando por un sitio en la frontera y acabando en un sitio como Donostia. No obstante, un atractivo de la misma también es la experiencia que los corredores tienen con el público. Cada año más de 100.000 personas observan a los corredores, les aplauden y ven el circuito durante horas, dando a los participantes una experiencia única e irrepetible.”*

**8. En cuanto a su impacto ¿cuál crees que es el impacto que tiene la Behobia en los diferentes ámbitos? ¿por ejemplo, sobre la sostenibilidad medioambiental?**

*“Los eventos deportivos tienen un fuerte impacto negativo en la sostenibilidad. El elemento que más impacta en esta, es la botella de agua. En un viaje a Gotemburgo, Suecia, vimos en una carrera un sistema de utilización de agua que incorporamos a esta. Somos, así, pioneros en la eliminación del botellín de agua, que únicamente se reparte al llegar a meta, para que los corredores puedan tirarlos en los contenedores o bolsas de basura.*

*A pesar de que también el tema de las bolsas de basura haya llegado a ser discutido, principalmente el impacto medioambiental en este tipo de carreras surge como consecuencia de los botellines. Por ello, el sistema que se sigue es un sistema de extracción de agua de la red pública, metiendo el agua en cubos y posteriormente en vasos biodegradables, que se diluyen. Por otro lado, muchos de los participantes deciden ir a la carrera en transporte público, por ejemplo, en tren.”*

**9. ¿Cuáles son los datos relativos al impacto económico de esta carrera?**

*“Hace algunos años se llevó a cabo un estudio, el cual reveló que, cuando la Behobia alcanzaba los 20.000 corredores, generaba 15 millones de euros puros. Actualmente, la Behobia es capaz de generar entre 30 y 40 millones de euros, de los cuales se benefician, tanto la hostelería como el sector hotelero. De hecho, nosotros trabajamos con una agencia de viajes que ofrece servicios de alojamiento para aquellos participantes que deseen obtener la inscripción que abarca paquetes turísticos.”*

**10. ¿Dirías que esta carrera tiene un impacto internacional reseñable?**

*“Para alcanzar la internacionalización de una prueba y que esta obtenga éxito, debe ser oficial. Esta carrera es esencialmente nacional. Si bien participan corredores de distintas nacionalidades, estos están más contados que los nacionales.”*

**11. Respecto al perfil del turista deportivo, ¿cómo lo describirías en esta carrera? ¿Cuáles son sus características más destacables en cuanto a edad, género, nacionalidad, etc?**

*“Actualmente existe un tema que afecta a esto: la disminución de la natalidad. Por ello, principalmente el perfil del turista deportivo es hombre, de 45 años para arriba. En cambio, respecto a las mujeres, se está notando una incorporación de mujeres más jóvenes.*

*En cuanto a la nacionalidad de los mismos, se trata de una carrera principalmente nacional. Anualmente sí existen corredores de más de 23 países, sobre todo de la zona de Iparralde, zona vascofrancesa, debido a la localización de la carrera. Sin embargo, principalmente participan aproximadamente 5300 guipuzcoanos, cifra similar a la de catalanes, y seguidos de aproximadamente 4000 madrileños.*

*El 55% de los corredores, habitualmente repiten. Este año, el 45% son corredores noveles. Hay que tener en cuenta que no es una carrera barata; ya que venir a Donostia, comer y dormir, no son baratos. Aun así, esto no frena a los corredores.”*

**12. ¿Existe alguna ayuda pública, como por ejemplo por parte del ayuntamiento para facilitar la organización y financiación del evento?**

*“No dependemos en ninguna circunstancia del sector público. Algún patrocinio quizá sí tenemos de Diputación, para, por ejemplo, potenciar la marca de Gipuzkoa, ayuntamiento de Donostia San Sebastián y Gobierno Vasco. No obstante, no hay ninguna subvención. Sí facilitan la seguridad vial en las carreteras, trabajando para ello en sintonía con las instituciones y con el ayuntamiento.”*

**13. ¿Qué políticas o tácticas usáis para incentivar la participación en la carrera?**

*“Todos los años esta carrera ha ido creciendo. En sus inicios, una vez retomada, alcanzó los 8500 corredores y todos los años ha ido en aumento, incluso llegando a alcanzar los 34.000 corredores. No obstante, una participación tan elevada es peligrosa, por lo que decidimos dejarla en 30.000, reducidas este año a 27.000. Sí hacemos comunicación, contenido a través de Instagram, pero actualmente tenemos más demanda que oferta. De hecho, hemos batido el récord en ventas de dorsales en seis horas. Esto se debe a la incertidumbre de los corredores, al haber 3000 dorsales menos, por miedo a quedarse sin hacerla. Por ello, anteriormente, cuando había 8500 participantes, entre otras, se acudía a ferias, por ejemplo, para promocionarla. Actualmente, esto no es necesario.”*